

# Evaluación del Centro Superior del Centro de Estudios de Gestión, Análisis y Evaluación

2018

NURIA MUÑOZ, ALMA PORTA, JUAN ANDRÉS LIGERO, ÓSCAR FRANCO

## Contenido

Modelo lógico CSEG-AE .....	0
Estructura del documento y metodología .....	0
Resultados .....	2
[6] Resultados en las personas .....	2
[5] Productos del curso.....	10
[4] Procesos de los cursos.....	17
[3] Productos del Centro / Elementos estructurales de los cursos .....	28
[2] Procesos del Centro .....	34
Síntesis gráfica y enjuiciamiento de los datos.....	0
Anexos .....	1
Anexo 1. Tablas de correlación entre resultados.....	1
Anexo 2. Anexo de datos desagregados por másteres .....	5

## Presentación del documento

Este documento es el informe de datos de la Evaluación del Centro Superior de Estudios de Gestión, Análisis y Evaluación (CSEG-AE) de la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Se apoya en tres cuestionarios dirigidos a estudiantes, docentes y directores/as y coordinadores/as de los cursos. Las informaciones obtenidas se han organizado según un modelo lógico del Centro con el propósito de ayudar a tener una visión global del funcionamiento de todo el centro.

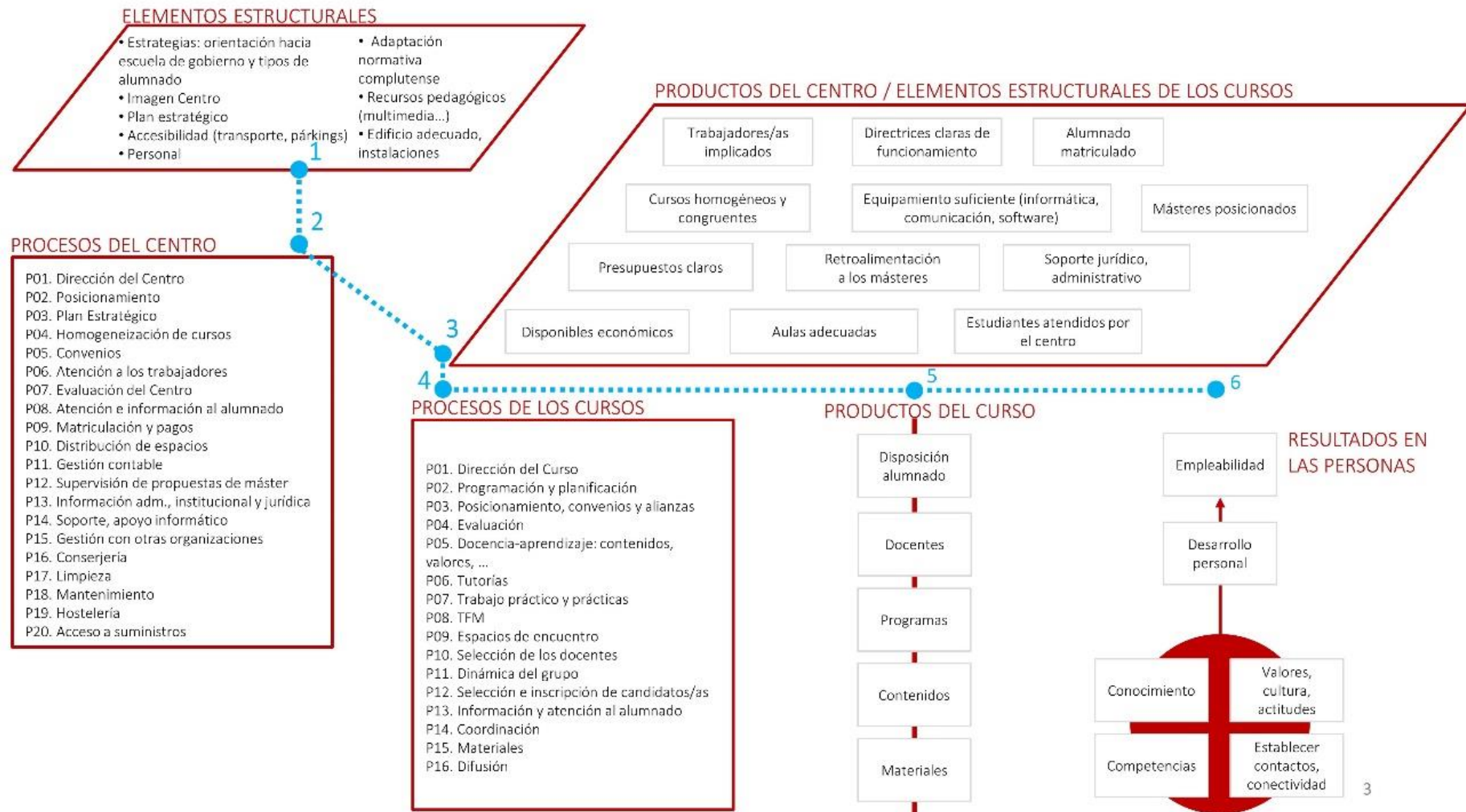
## Encargo

Surge de la iniciativa de la Dirección y de la Secretaría Académica del Centro, que buscan un sistema flexible, que se pueda usar todos los años, que permita recoger información relevante sobre la marcha de los cursos y las posibilidades de mejora del centro.

Para hacer el trabajo primero se ha realizado un modelo lógico a través de conversaciones con la dirección y la secretaría académica del Centro. El modelo lógico obtenido representa un esquema de las dimensiones relevantes del centro y de las lógicas de trabajo en las que se apoya.

La presentación de los datos se organiza a través de los diferentes elementos o dimensiones del modelo lógico del Centro, desarrollado en colaboración con la Dirección del mismo, tal como se muestra a continuación.

# Modelo lógico CSEG-AE



El segundo paso fue identificar las necesidades informativas en función de las diferentes dimensiones. Así se obtuvieron preguntas para resultados, procesos, y elementos estructurales.

El tercer paso fue identificar y diseñar indicadores y las técnicas de investigación correspondientes para poder responder a todos los requerimientos informativos.

Los indicadores han sido contestados con:

1. Cuestionario a estudiantes
2. Cuestionario docentes
3. Cuestionario a directores/as y coordinadores/as
4. Documentación del Centro

El trabajo de campo se ha realizado a través de cuestionarios online enviados a cada grupo por separado.

El análisis ha sido básicamente univariados y bivariados para poder comprobar las relaciones lógicas que se presumen en los diferentes niveles de resultados o con los procesos.

Se han aportado también síntesis que ayuden a la comprensión de las diferentes dimensiones.

La pretensión de este informe es que sirva como soporte para interpretaciones posteriores con la intención de fundamentar la mejora para la gestión del Centro.

## *Estructura del documento y metodología*

El informe de datos se ha estructurado por preguntas de evaluación que a su vez están organizadas por dimensiones del Modelo Lógico: resultados, productos de los cursos, procesos de los cursos, productos del Centro, procesos del Centro y elementos estructurales.

De tal forma la **Evaluación se ha organizado según la Teoría del Cambio**.

Esta aproximación se centra en comprender cómo funciona la intervención para buscar los mecanismos que explican el logro o consecución de los resultados o los factores, ausencias o elementos que lo impiden. Es útil especialmente para el propósito de mejora de la intervención, servicio u organización, aunque las conclusiones y datos que arroja permiten también la justificación y el rendimiento de cuentas del ejercicio público.

Este tipo de evaluación requiere las siguientes fases clave:

1. **Identificación del modelo lógico.** Después de un primer estudio del programa, se dibuja un esquema donde aparecen los resultados pretendidos del Centro y las acciones que se desarrollan para lograrlos. Se incluyen, además, los recursos y los medios estructurales que hacen posibles dichas líneas de acción.

La virtud de esta aproximación reside en que en el análisis posterior se revisan, no solo el logro de los resultados propuestos, sino también la relación existente entre los procesos y los resultados, es decir, entre lo que se hace y lo que se consigue.

2. **Identificación de preguntas o criterios de evaluación.** En segundo lugar, se estructura todo el proceso de indagación identificando los criterios o preguntas de evaluación siguiendo el modelo lógico del programa. Además, la identificación de preguntas se completa con la inclusión de otras necesidades detectadas durante el proceso de diseño de evaluación, que han sido verbalizadas por los actores del programa consultados.
3. **Operacionalización: indicadores y técnicas de información.** Una vez identificadas las preguntas o criterios de evaluación, se procede a su operacionalización. Este es un proceso que define cómo se va a medir o contestar cada pregunta de evaluación. Cada pregunta tiene asociada, al menos, un indicador y la técnica de información con la que se completará dicho indicador. Además, cada pregunta se vincula con la dimensión a la que se adscribe en el modelo lógico.

Las preguntas de evaluación son, en definitiva, equivalentes a los objetivos de investigación, ya que implican el requerimiento de información para la valoración de una determinada intervención en la realidad y sus efectos.

La matriz de evaluación ha sido la herramienta utilizada para la operacionalización del diseño de evaluación, vinculando cada pregunta con su respectivo indicador, dimensión del modelo lógico y la técnica de recopilación de información.

El presente documento organiza la presentación de los datos a través del Modelo Lógico y en sentido inverso al definido en el modelo lógico: se recorren los datos desde los resultados en las personas (6), pasando por los productos del curso (5), los procesos de los cursos (4), los productos del centro (3), los procesos del centro (2) y los elementos estructurales del centro (1).

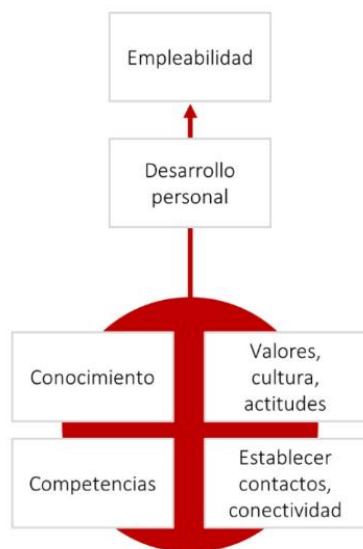
## Elección metodológica

Este es un informe descriptivo. En varios análisis se han correlacionado variables y se muestran los resultados de la correlación, sin que haya un control efectivo de terceras o múltiples posibles variables intervinientes. No obstante, se presentan los datos de las relaciones (correlación, concordancia, asociación...) entre las variables como un indicio de las posibles relaciones entre ambas.

Ya que se trata de un análisis descriptivo, no se ha diseñado ningún modelo metodológico para tratar de controlar el efecto de posibles variables intervinientes. Los datos, por tanto, se leen como correlaciones o asociaciones.

## Resultados

### [6] Resultados en las personas



## PREGUNTA DE EVALUACIÓN:

¿Se ha mejorado la empleabilidad de las personas que acaban los cursos?

Subdimensión: [Empleabilidad](#)

(EST.37) [¿Considera que han mejorado sus competencias laborales?](#)

	Frecuencia	Porcentaje válido
Han mejorado mucho	6	12,5
Han mejorado bastante	26	54,2
Han mejorado poco	14	29,2
No ha mejorado nada	2	4,2
Total	50	100,0

En un 33% de los casos los másteres no han mejorado nada o han mejorado un poco la situación laboral, y en el 67% refieren que sus competencias han mejorado mucho o bastante.

El 84% refiere que la formación recibida le capacita mucho o bastante para realizar mejor su trabajo.

(EST.29) [¿En qué grado considera que la formación recibida le capacita para realizar mejor su trabajo?](#)

	Frecuencia	Porcentaje válido
Mucho	14	28,0
Bastante	28	56,0
Poco	6	12,0
Nada	2	4,0
Total	50	100,0

(EST.42) [¿Trabaja usted actualmente?](#)

	Frecuencia	Porcentaje válido
Sí	35	71,4
No	14	28,6
Total	49	100,0



Cerca de un 71% tiene trabajo actualmente; son resultados positivos, aunque en ausencia de modelo metodológico más robusto no se pueden atribuir estos resultados exclusivamente a los másteres.

#### PREGUNTA DE EVALUACIÓN:

¿Se ha cumplido algún objetivo de desarrollo personal?

Subdimensión: [Desarrollo personal](#)

(EST.36) ¿Considera que ha conseguido con el curso otros resultados personales (crecimiento personal, valores...)?

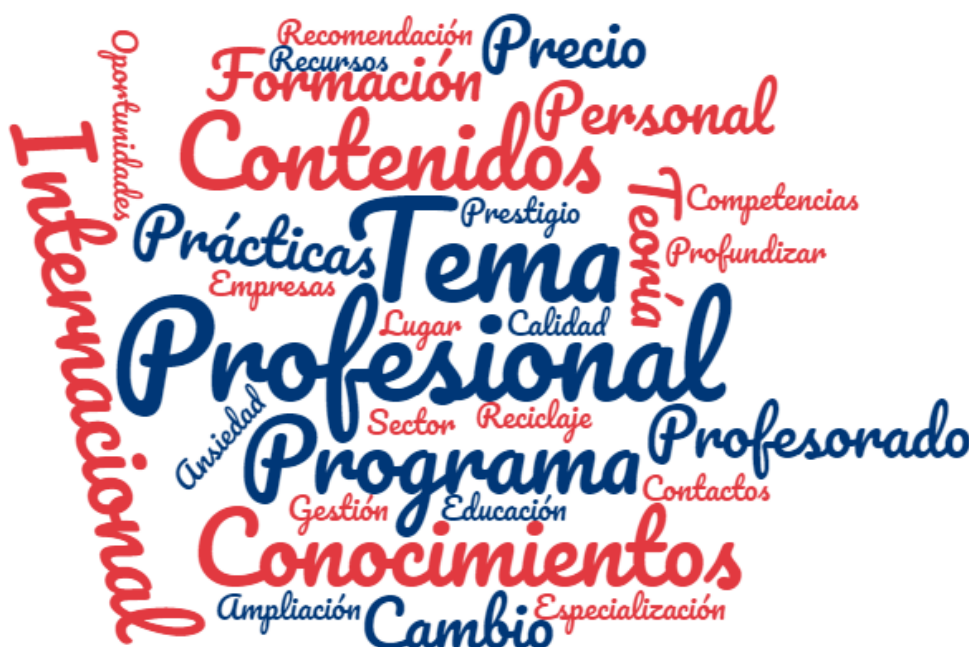
	Frecuencia	Porcentaje válido
Sí	26	70,3
No	11	29,7
Total	37	100,0

\* Se han excluido los casos que contestado no procede; sólo se han tenido en cuenta los que han contestado sí o no

En un 70% sí ha habido crecimiento personal.

(EST.03) ¿Qué fue lo que le motivó a realizar el curso?

Nube de palabras del resumen de las respuestas obtenidas para la pregunta abierta:



Las motivaciones más referenciadas son aquellas relacionados con los contenidos, el programa y el tema y el área profesional.

## (EST.04) ¿Cree que la formación recibida respondió a las motivaciones mencionadas?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Mayoritariamente respondió	21	42,0
Respondió en parte	22	44,0
Apenas respondió	7	14,0
Total	50	100,0

En el 86% entienden que se respondió en parte (44%) o mucho (42%).

## PREGUNTA DE EVALUACIÓN:

¿Han adquirido los/las estudiantes los conocimientos?

Subdimensión: [Conocimientos](#)

## (EST.30) ¿En qué medida ha adquirido los conocimientos del curso?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Mucho	16	32,0
Bastante	29	58,0
Poco	5	10,0
Total	50	100,0

Un 90% considera que ha adquirido bastantes o muchos conocimientos. El profesorado refiere que el alumnado ha adquirido los conocimientos de la materia que impartió en un 94%.

## (DOC.16) ¿En qué medida diría que el alumnado ha adquirido los conocimientos de la materia que impartió?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Mucho	38	35,8
Bastante	61	57,5
Poco	7	6,6
Total	106	100,0

Las valoraciones de los docentes y estudiantes son similares; entre el 90 y el 93% consideran que han adquirido los conocimientos.

## PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Han adquirido los estudiantes las competencias?

Subdimensión: Competencias

(EST.31) ¿En qué medida ha incorporado las destrezas trabajadas en el curso?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Mucho	11	22,0
Bastante	26	52,0
Poco	11	22,0
Nada	2	4,0
Total	50	100,0

Un 74% refiere haber incorporado “mucho” o “bastante” las destrezas trabajadas en el curso.

(EST.32) ¿En qué medida ha podido poner en práctica en su actividad profesional las destrezas trabajadas en el curso?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Mucho	8	16,0
Bastante	20	40,0
Poco	15	30,0
Nada	7	14,0
Total	50	100,0

Un 56% refiere haber puesto en práctica las destrezas trabajadas en los cursos.

(EST.19) ¿Le ha servido el curso para mejorar su práctica profesional?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Me ha servido mucho	11	22,0
Me ha servido bastante	23	46,0
Me ha servido poco	11	22,0
Me ha servido nada	5	10,0
Total	50	100,0

Aproximadamente un 68% refiere que el curso le ha servido para mejorar su práctica profesional mucho o bastante, aunque al 32% le ha servido poco o nada.

#### PREGUNTA DE EVALUACIÓN:

¿Han incorporado los/las estudiantes los valores de la profesión?

Subdimensión: [Cultura y valores](#)

(EST.34) ¿Cree que después del curso ha adquirido la cultura y los valores propios de la profesión?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Mucho	6	12,2
Bastante	31	63,3
Poco	10	20,4
Nada	2	4,1
Total	49	100,0

El 75,5% del alumnado refiere haber adquirido la cultura y los valores propios de la profesión en “bastante” o “mucho” medida.

#### PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿El alumnado logra establecer contactos?

Subdimensión: [Conectividad](#)

(EST.35) ¿Ha incrementado sus contactos profesionales dentro del área del curso?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Mucho	11	22,0
Bastante	15	30,0
Poco	17	34,0
Nada	7	14,0
Total	50	100,0

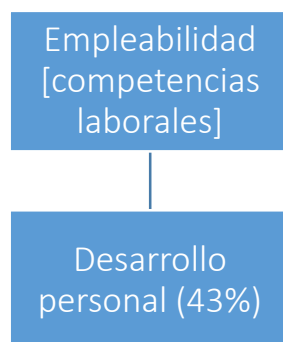
Un 48% refiere que se han incrementado “poco” o “nada” sus contactos profesionales dentro del área del curso; por consiguiente, un 52% refiere haber incrementado sus contactos profesionales (bastante y mucho).

## Teoría del programa: correlación entre resultados

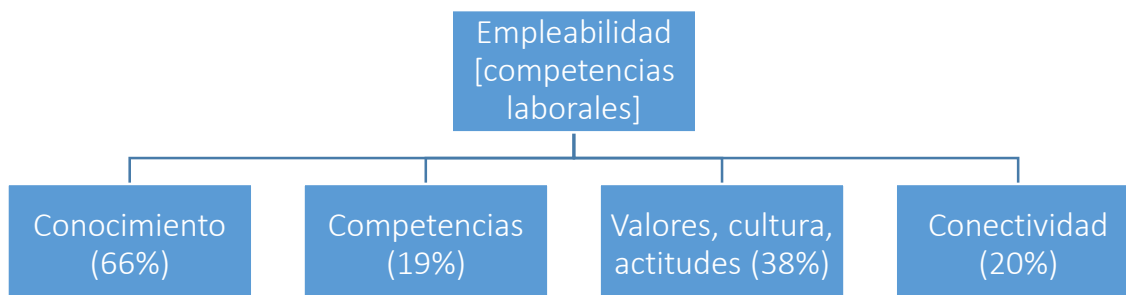
En este apartado mostramos las asociaciones o correlaciones que existen entre las diferentes dimensiones de los resultados de forma teórica. Es decir, revisamos si de forma genérica existe una covariación entre las dimensiones que, teóricamente, el Centro presume que provocan los cambios. Es decir, se analiza el marco teórico del mismo, recogido en la Teoría del Programa y graficado en el modelo lógico.

Es decir, según el esquema descrito un incremento de los conocimientos y las competencias y destrezas, además de la incorporación de la cultura, los valores, actitudes y la generación de nuevos contactos del campo profesional genera, en otro nivel de resultados, el desarrollo personal y, en última instancia, el incremento de la empleabilidad del alumnado de los cursos.

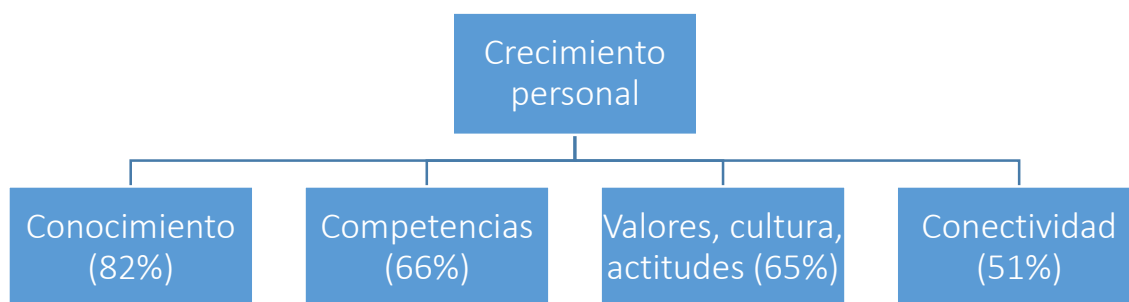
Existe concordancia media-alta (Gamma = 0,427) entre el desarrollo personal y la empleabilidad (medido a través de la mejora de competencias laborales). Es decir, que el 42,7% de las personas que refieren haberse desarrollado a nivel personal, también refieren un nivel de empleabilidad mayor.



Hay concordancia (un 66% en Gamma) entre la mayor adquisición de conocimientos del curso y la mejora de las competencias laborales. Hay concordancia baja (0,188; 19%) entre la mejora de las competencias laborales (empleabilidad) y la incorporación de las destrezas trabajadas en el curso. La concordancia es media (38%) entre la mejora de las competencias laborales y la adquisición de la cultura y valores propios de la profesión. Existe una baja correlación (0,2 en Gamma) entre la mejora de las competencias laborales y el incremento de los contactos profesionales.



Los resultados del piso inferior correlacionan con crecimiento personal en diferentes intensidades:



## Síntesis de la dimensión: RESULTADOS EN LAS PERSONAS

En un 67% de los casos los másteres han mejorado “mucho” o “bastante” la situación laboral del alumnado, pero todavía un 33% declara que ha mejorado poco o nada. Estos datos son ratificados por opiniones cualitativas que mencionan la dificultad de acceder al mercado de trabajo después de la realización del máster.

Aunque el 71% tenga trabajo actualmente, no se puede atribuir esta situación a la influencia de los másteres, puede ser debido a otras variables. En síntesis, los resultados y las correlaciones entre ellos son los siguientes:

- **Desarrollo personal:** 70% considera que ha habido cambios. A nivel teórico, la correlación entre desarrollo personal e incremento de la empleabilidad es alto (un 43% en Gamma).
- **Motivaciones:** Dentro de las motivaciones más referenciadas para hacer los cursos están los contenidos, el programa y el tema y el área profesional. El 86% entienden que se respondió en parte (44%) o mucho (42%) a sus motivaciones.
- **Conocimientos:** Entre un 90% y 93% de estudiantes y docentes consideran que los estudiantes han adquirido bastantes o muchos conocimientos. Se demuestra correlación teórica (de un 66%) entre la adquisición de conocimientos y la empleabilidad.
- **Competencias/destrezas:** Un 74% refiere haber incorporado “mucho” o “bastante” las destrezas trabajadas en el curso y un 56% dice haberlas puesto en práctica. Aun así, a nivel teórico, existe una correlación media-baja (23%) entre la empleabilidad y la incorporación de las competencias.
- **Valores y cultura:** El 75,5% del alumnado refiere haber adquirido la cultura y los valores propios de la profesión en “bastante” o “mucho” medida. Teóricamente correlaciona un 38% con empleabilidad.
- **Conectividad:** 48% no han incrementado o lo han hecho en baja medida sus contactos profesionales. Existe una correlación baja (20%) entre la mejora de las competencias laborales y el incremento de los contactos profesionales.

Por otro lado, al cruzar el nivel inferior de resultados con su nivel superior, desarrollo personal, nos encontramos que existen una concordancia (covariación) muy alta entre los diferentes constructos:

- **Conocimiento:** 82%
- **Competencias:** 66%
- **Valores, cultura, actitudes:** 65%
- **Conectividad:** 51%

Esta concordancia alta es un indicio de que el modelo educativo en el que se apoya el centro es pertinente. En síntesis, aunque los másteres logran poca mejora de la empleabilidad, si tienen un impacto en el desarrollo personal y en la mayor parte de los objetivos. Además, hay indicios de la pertinencia teórica del modelo educativo.

### *[5] Productos del curso*

## PRODUCTOS DEL CURSO





## PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿La disposición del alumnado es buena?

## Subdimensión: Disposición del alumnado

En general, se valora ligeramente mejor (8,27 sobre 10) la actitud que el trabajo desarrollado durante el curso (8,25), aunque las dos valoraciones pueden ser consideradas como altas. Esta valoración es apoyada por el profesorado, que valora en un 8,6 sobre 10 la disposición del alumnado durante la clase que impartió.

Estadísticos		EST.16) ¿Cómo valorarías tu actitud durante el desarrollo del curso?	EST.17) ¿Cómo valorarías tu trabajo durante el desarrollo del curso?
N	Válido	48	46
	Perdidos	2	4
Media		8,27	8,15
Mínimo		3	2
Máximo		10	10

Del cualitativo sobresalen, entre las limitaciones que pueden haber dificultado el desempeño del alumnado durante el curso, las circunstancias personales, familiares, laborales, que afectan al tiempo disponible, la concentración y el ánimo. También se mencionan limitaciones debidas a la organización, a la coordinación, tutorías, tipo de aula o metodología de enseñanza (casos muy puntuales).

## (EST.41) ¿Recomendaría usted el curso a un familiar o a un amigo/a? ¿Por qué?

Uno de los productos que consideramos como transversales es la valoración general del curso.

Casi un 28% indica que no recomendaría el curso, entre las respuestas en abierto se refieren que los contenidos no tenían la calidad esperada o que el curso no funcionó como vía de inserción laboral. La mayoría sin embargo sí recomendaría el curso, un 72%, sobre todo por los contenidos, la calidad, los contactos, las prácticas y la orientación profesional, como se puede ver resumido en la imagen:



PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Los docentes son adecuados para los cursos?

Subdimensión: **Docentes**

(EST.25) ¿Los/as docentes han sido los más adecuados para el desarrollo del curso?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Han sido totalmente adecuados	40	81,6
Han sido poco adecuados	9	18,4
Total	49	100,0

Un 82% considera que los docentes han sido totalmente adecuados para el desarrollo del curso.

De los datos recogidos de los/as docentes de los cursos del centro que han contestado al cuestionario podemos hacer un perfil muy sencillo del profesorado:

- Hay más hombres que mujeres, un 58%.
- La media de edad de los/as docentes que nos han contestado son 50 años (la edad mínima referida son 32 años y la máxima 64). Esto nos indica que tienen de media alrededor de 20 años de experiencia profesional.
- La mayoría tienen grado de máster (un 48%), un 40% son doctores/a y un 12% tiene grado de licenciatura.
- En cuanto a la vinculación profesional, un 25% son profesores de la UCM y casi un 8% de otras universidades, pero un 14% procede de la administración, un 28% de la empresa privada, y un 25% son autónomos. Para la orientación del centro es muy importante contar con profesionales que conozcan y trabajen en el ámbito profesional.

(DOC.08) ¿Recomendaría usted realizar este curso a un familiar o a un amigo/a?

(DOC.09) ¿Recomendaría usted el curso a un/a colega para dar clase?

Otro de los productos que consideramos transversales es la valoración general del curso por parte de los docentes, que es otro dato para dibujar su perfil, su motivación y su compromiso con el curso. Mayoritariamente recomendarían cursarlo (95%), y también trabajar en el curso como docente el (97%). En la imagen se resumen las razones para recomendar cursarlo:



PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿El programa es adecuado / se adapta a las necesidades del alumnado?

Subdimensión: [Programas](#)

Hasta un 84% considera que el programa se adaptaba mucho o bastante a sus necesidades.

(EST.22) ¿En qué medida considera que el programa se adaptaba a sus necesidades?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Se adaptaba mucho	11	22,0
Se adaptaba bastante	31	62,0
Se adaptaba poco	8	16,0
Total	50	100,0

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Los contenidos impartidos son buenos?

Subdimensión: [Contenidos](#)

Las valoraciones del profesorado en cuanto a los contenidos del programa del curso en el que imparten son buenas. Los contenidos están actualizados (8,5 sobre 10), son completos (8,5) y variados (8,2).

(DOC.10) ¿Cómo valoraría los contenidos del Programa que configuran el curso en el que impartió clase?

	Media	Mínimo	Máximo
<a href="#">10.1</a> ) Incompletos – Muy completos	8,49	3	10
<a href="#">10.2</a> ) Poco variados – Muy variados	8,22	4	10
<a href="#">10.3</a> ) Poco actualizados – Muy actualizados	8,54	3	10

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Los materiales son adecuados?

Subdimensión: [Materiales](#)

(EST.23) ¿Los materiales (para clase, colgados en web...) son útiles para facilitar el aprendizaje?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy útiles	11	22,0
Bastante útiles	27	54,0
Poco útiles	12	24,0
Total	50	100,0

Un 76% considera que los materiales son bastante o muy útiles para facilitar el aprendizaje, mientras que un 24% considera que son poco útiles.

## Síntesis de la dimensión: PRODUCTOS DEL CURSO

Como valoración general un 72% del alumnado recomendaría el curso (aunque hay que prestar atención a un 28% que no lo haría). En el caso del profesorado mayoritariamente lo recomendarían.

La disposición del alumnado es muy positiva (un poco menos el trabajo realizado). Las dificultades encontradas las adscriben más circunstancias personales.

Los docentes son adecuados para el desarrollo de los cursos (un 82% del alumnado lo refiere). También lo es el programa, el 84% del alumnado considera que se adaptaba a sus necesidades y también el profesorado valora positivamente los contenidos del curso en el que imparte.

En el cualitativo aparecen mencionados como aspectos positivos: las herramientas, los docentes, la calidad, la utilidad, los conocimientos del sector adquiridos.

En síntesis, los productos están bien valorados, aunque hay que reseñar el 22% que no lo recomendaría y algunos comentarios sobre el elevado precio.

## [4] Procesos de los cursos

### PROCESOS DE LOS CURSOS

P01. Dirección del Curso  
P02. Programación y planificación  
P03. Posicionamiento, convenios y alianzas  
P04. Evaluación  
P05. Docencia-aprendizaje: contenidos, valores, ...  
P06. Tutorías  
P07. Trabajo práctico y prácticas  
P08. TFM  
P09. Espacios de encuentro  
P10. Selección de los docentes  
P11. Dinámica del grupo  
P12. Selección e inscripción de candidatos/as  
P13. Información y atención al alumnado  
P14. Coordinación  
P15. Materiales  
P16. Difusión

### P01. Dirección del curso

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿La dirección del máster es adecuada?

Las valoraciones de los docentes sobre la dirección y coordinación de los cursos son buenas en lo que se refiere a las orientaciones metodológicas recibidas para preparar las clases (7,6 sobre 10), además de la información sobre el alumnado (7,8).

### P02. Programación y planificación

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿La programación de los cursos es completa y diversa?

La programación es bien valorada, sobre todo, en cuanto a la actualización de los contenidos (un 7,82 sobre 10). En cuanto a la variedad y a la cobertura o extensión, las valoraciones rozan, de media, el 7 sobre 10.

Estadísticos		21.1) Incompletos - Muy completos	21.2) Poco variados - Muy variados	21.3) Desactualizados - Muy actualizados
N	Válido	50	49	49
	Perdidos	0	1	1
Media		7,18	7,31	7,82
Mínimo		1	1	2
Máximo		10	10	10

Los docentes valoran en un 5,6 sobre 10 la adecuación del momento en que se imparte su clase en el desarrollo del programa general.

### P03. Posicionamiento, convenios y alianzas

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿El máster está posicionado adecuadamente? ¿Hay relación directa con entidades?

Los docentes valoran en un 7,64 sobre 10 el prestigio del curso en el que se impartió la docencia (como factor que influiría en su decisión de dar clase en el curso).

### P04. Evaluación

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿La información recogida permite la mejora?

Casi un 64% del alumnado encuentra que el sistema de evaluación de las clases tiene un impacto limitado.

(EST.26) ¿Cree que el sistema de evaluación (las fichas que se rellenan en clase) tienen impacto en el funcionamiento del curso?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Mucho impacto	3	6,4
Bastante impacto	14	29,8
Poco impacto	23	48,9
Ningún impacto	7	14,9
Total	47	100,0

Alrededor del 49% del profesorado desconoce el impacto (o bien el procedimiento) de evaluación de las sesiones. El 40% considera que este tiene mucho o bastante impacto en el funcionamiento del curso.

La utilidad de las fichas de evaluación de las clases se valora como regular o mala por directores/as y coordinadores/as (6,89 sobre 10).

(DIR9.1) Utilidad - Fichas de evaluación después de cada clase: Estadísticos		
N	Válido	9
	Perdidos	0
Media		6,89
Mínimo		0
Máximo		9

(DOC.15) ¿Cree que el sistema de evaluación (las fichas que se rellenan en clase) tienen impacto en el funcionamiento del curso?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Mucho impacto	11	10,5
Bastante impacto	34	32,4
Poco impacto	8	7,6
Ningún impacto	1	1,0
No lo sé	51	48,6
Total	105	100,0

## P05. Docencia-Aprendizaje: contenidos, valores

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿La propuesta pedagógica es adecuada?

Casi un 76% afirma que la forma de dar las clases le ha ayudado en el proceso de aprendizaje mucho o bastante.

(EST.24) ¿La forma de impartir los contenidos le ha facilitado el aprendizaje?



	Frecuencia	Porcentaje válido
Mucho	11	22,0
Bastante	27	54,0
Poco	11	22,0
Nada	1	2,0
Total	50	100,0

Los/las docentes valoran de forma más positiva que el alumnado la forma de trabajar la metodología en clase para facilitar el aprendizaje: el 92% refiere que esta se trabaja bastante.

(DOC.12) ¿Se trabaja adecuadamente la metodología de clase para facilitar el aprendizaje?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Se trabaja bastante	95	92,2
Se adaptaba poco	8	7,8
Total	103	100,0

Alrededor del 70% del alumnado considera que la docencia se adaptó bastante o mucho a las necesidades que fueron surgiendo en el grupo.

(EST.25.1) ¿La docencia se adaptó a las necesidades que fueron surgiendo en el grupo?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Se adaptó mucho	10	20,4
Se adaptó bastante	24	49,0
Se adaptó algo	13	26,5
No se adaptó nada	2	4,1
Total	49	100,0

Alrededor del 96% de los/las docentes refiere que la clase que ha preparado se adapta mucho o bastante a las necesidades del alumnado.

(DOC.11) ¿En qué medida considera que la clase que ha preparado se adaptaba a las necesidades del alumnado?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Se adaptaba mucho	55	50,9

Se adaptaba bastante	49	45,4
Se adaptaba poco	4	3,7
Total	108	100,0

El profesorado se sitúa en un 9 sobre 10 en la motivación en relación a la docencia en el curso.

## P06. Tutorías

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Las tutorías son adecuadas?

Del 66% que ha tenido tutorías, al 71% le han parecido bastante útiles o muy útiles.

(EST.27.1) En caso de haberlas tenido, ¿Cómo valora su utilidad?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy útiles	12	34,3
Bastante útiles	13	37,1
Poco útiles	6	17,1
Nada útiles	4	11,4
Total	35	100,0

## P07. Trabajo práctico y prácticas

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Se ofrece la posibilidad de hacer prácticas?

Más de la mitad ha realizado o va a realizar prácticas, un 55%.

(EST.33) ¿Ha realizado o va a realizar prácticas facilitadas a través del curso?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Sí	27	55,1
No	22	44,9
Total	49	100,0

Sobre la gestión de las prácticas, el 67% dirección y coordinación de los másteres lo valora como un procedimiento bastante difícil y casi el 78% como lento. La utilidad de GIPE se valora en un 6,2 sobre 10.

DIR.7) Con relación a las prácticas y convenios, ¿podrías valorar la facilidad para realizar los trámites que implican?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Bastante fácil	3	33,3
Bastante difícil	6	66,7
Total	9	100,0

#### DIR.7.1) ¿Y con relación a la agilidad del proceso?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Bastante rápido	2	22,2
Bastante lento	7	77,8
Total	9	100,0

#### P08. TFM

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Se supervisa adecuadamente el Trabajo Fin de Master?

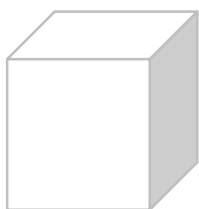
En el caso de la orientación específica para abordar en trabajo fin de máster, encontramos una tasa similar, al 70% le resultó esta orientación bastante o muy útil.

#### (EST.28) Más específicamente, ¿la orientación del TFM ha sido útil para la tarea?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy útil	19	39,6
Bastante útil	16	33,3
Poco útil	7	14,6
Nada útil	6	12,5
Total	48	100,0

### P09. Espacios de encuentro

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Fomenta el máster diferentes espacios de encuentro?



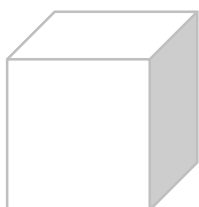
### P10. Selección de los docentes

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿La selección es adecuada? ¿Se comunica adecuadamente a los docentes la filosofía del curso?



### P11. Dinámica de grupo

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Se trabaja explícitamente la dinámica en clase para que facilite el aprendizaje?



### P12. Selección e inscripción de candidatos/as

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Se selecciona adecuadamente a los estudiantes? ¿Se les informa adecuadamente de las características del curso?

El 94% del profesorado considera que el perfil del grupo se ajustaba a los objetivos y contenidos del curso.

### P13. Información y atención al alumnado

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Se cubren las necesidades de información del alumnado?

El alumnado valora en un 7,33 sobre 10 el grado de ajuste de la información recibida desde el curso sobre los contenidos del programa.

(EST.15.1) Información inicial disponible sobre los cursos.

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy completa	1	2,0
Bastante completa	17	34,0
Suficiente	26	52,0
Insuficiente	6	12,0
Total	50	100,0

Un 12% considera que la información inicial es insuficiente. Un 52% suficiente y un 34% declara que es bastante completa. Estos datos son coherentes con la resolución de dudas en las que un 14% consideran que es insuficiente (un 46% suficiente y un 38% completa o muy completa).

(EST.15.5) Resolución de dudas.

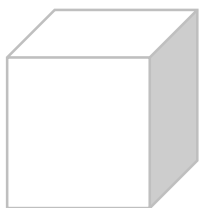
	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy completa	4	8,2
Bastante completa	15	30,6
Suficiente	23	46,9
Insuficiente	7	14,3
Total	49	100,0

### P15. Coordinación

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿La coordinación es adecuada? ¿Hay un espacio previsto?

Los aspectos relacionados con la coordinación de los cursos son valorados positivamente por los docentes. El apoyo y soporte para el desarrollo de la clase se valora por los docentes con un 8,3 sobre 10 y la información previa (7,8).

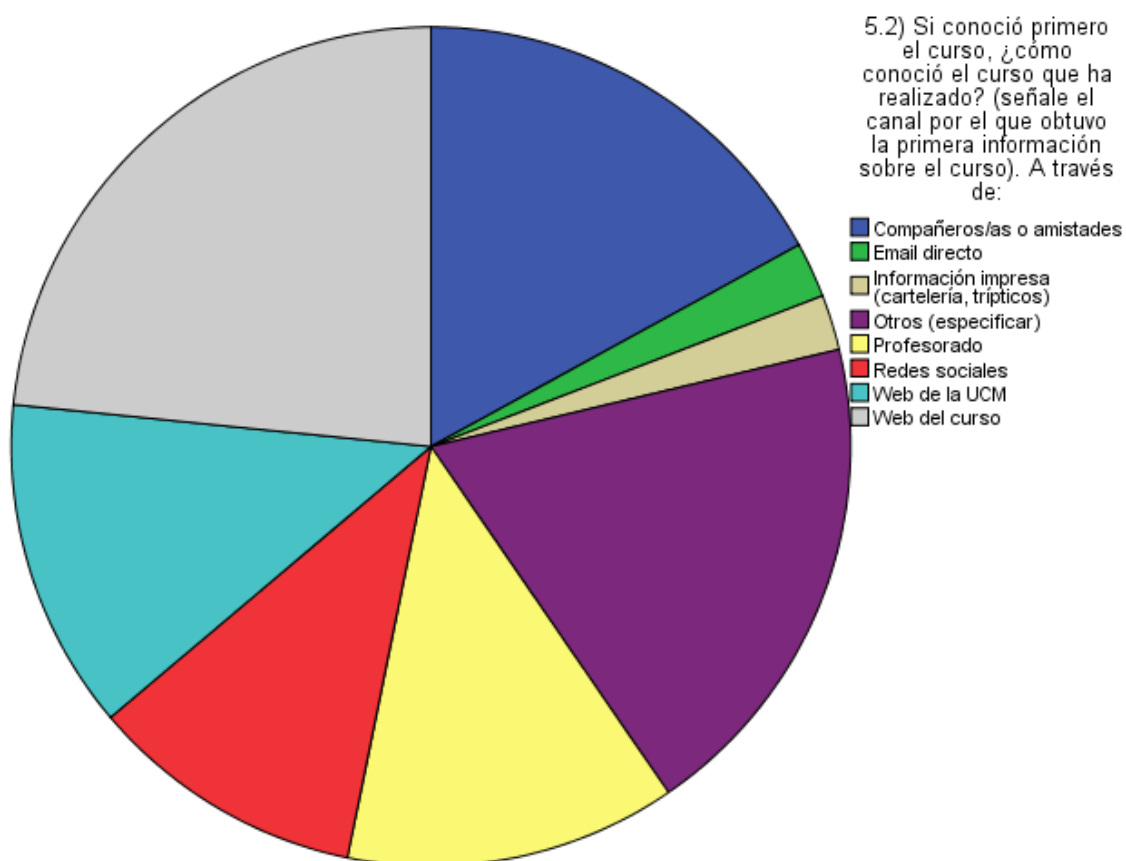
## P15. Materiales



## P16. Difusión

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿La difusión desde el máster funciona? ¿Está prevista cronológicamente?

Mayoritariamente (el 94%) la gente conoce el Centro por la difusión de los cursos. Las principales vías de comunicación son:



Desde la dirección y coordinación de los cursos, se refiere que la difusión se realiza mayoritariamente desde los másteres (67% que la realiza únicamente desde el curso o con apoyo).

## DIR.12) ¿Quién se encarga de la difusión y captación del alumnado?

	Frecuencia	Porcentaje válido
La realizamos desde el curso	2	22,2
La realizamos mayoritariamente desde el curso con algo de apoyo	4	44,4
Se realiza conjuntamente entre el curso y el Centro	3	33,3
Total	9	100,0

## Síntesis de la dimensión: PROCESOS DE LOS CURSOS

**Posicionamiento y alianzas de los centros:** Los docentes valoran en un 7,6 sobre 10 el prestigio del curso.

**Evaluación:** La evaluación de los cursos, según el alumnado, no tiene mucho impacto (64%). Este dato parece estar corroborado por los docentes ya que casi el 50% desconocen o valoran como de poco impacto el procedimiento. Tampoco se valora muy positivamente por directores/as y coordinadores/as (6,89 sobre 10).

**Tutorías:** El 66% fueron a alguna tutoría, y tres cuartos las consideraron bastante o muy útiles, en lo que parece un área a desarrollar más.

**TFM:** De forma similar a las tutorías, a un 70% le resultó útil la orientación para la tarea.

**Trabajo práctico/prácticas:** Algo más de la mitad (55%) ha realizado o va a realizar prácticas. El 67% de los directores/as y coordinadores/as valora la gestión de las prácticas como un procedimiento bastante difícil, el 78% como lento. La utilidad de GIPE se valora en un 6,2 sobre 10.

**Selección e inscripción de las candidaturas:** Los docentes valoran mayoritariamente adecuado (94%) el perfil del grupo para los objetivos.

**Información y orientación al alumnado:** Aunque la información que ofrecen los cursos de sus programas está bien valorada (7,3 sobre 1), un 12% del alumnado considera que la información inicial no es suficiente.

**Difusión:** El 94% conoce el centro a través de los cursos, principalmente de su web y de contactos personales. El 67% de la dirección y coordinación de los cursos indica que realizan la difusión únicamente desde el curso o con apoyo.

En definitiva, la dirección y coordinación están bien valoradas (mejores puntuaciones los aspectos de coordinación). La planificación y la docencia se sitúan en puntuaciones en torno a 7 y 8. Puntuaciones similares a las del posicionamiento y prestigio de los cursos.

Por el contrario, se detectan posibilidades de mejora en lo relacionado con las tutorías, trabajo práctico y prácticas, y en la evaluación, a la que se le atribuye poco impacto o se desconoce.

La difusión está mayoritariamente soportada por los cursos, a través de la web y de los contactos personales mayoritariamente).



### [3] Productos del Centro / Elementos estructurales de los cursos



### Equipamiento suficiente (informática, comunicación, software)

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿El equipamiento es adecuado para las características de cada curso?

Un 16% del alumnado considera que los equipamientos son poco o nada adecuados.

(EST.12) ¿Los medios técnicos (audio, video, conexión de internet...) son adecuados para el desarrollo del curso?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy adecuados	7	14,0
Bastante adecuados	35	70,0
Poco adecuados	7	14,0
Nada adecuados	1	2,0
Total	50	100,0

Entre las respuestas a la pregunta abierta 12.1 ¿Por qué?, hay 6 personas que refieren aspectos mejorables, resumidos a continuación:

mala conexión a internet, equipos antiguos, escasos y poco disponibles,  
necesidad de personal técnico disponible para solucionar incidencias

Por otro lado 27 personas indican también en la pregunta abierta que perciben los medios técnicos como suficientes:

buena conexión  
medios correctos y suficientes para las necesidades del curso  
(en general, hacer una presentación con un proyector)  
raramente hubo problemas, sólo de forma puntual  
se solicitó un equipo de audio que se incorporó al aula

Solo un 6,5% del profesorado considera que las instalaciones del centro son poco adecuadas.

(DOC.4.4) ¿En qué medida considera que las instalaciones del centro han sido adecuadas para el desarrollo de su labor como docente? (espacios comunes, baños, patio...).

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy adecuadas	43	39,8
Bastante adecuadas	58	53,7
Poco adecuadas	7	6,5
Total	108	100,0

## Presupuesto

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Son los presupuestos claros?

El 67% de la dirección y coordinación de los másteres recibe información sobre su presupuesto a demanda.

(DIR.10) ¿Con que frecuencias recibes la información sobre los gastos de tu curso?

	Frecuencia	Porcentaje válido
A demanda	6	100,0
Al finalizar el curso	3	
Total	9	

En las preguntas abiertas encontramos responsables que reciben información a demanda, otros sólo cuando toca revisar el presupuesto y otros que refieren una atención muy personalizada.

(DIR. 8.2.1) Gestión administrativa-contable: presupuestos, información del estado de cuentas, cierre del curso.

Se señalan como fortalezas: *Rapidez, Atención, Transparencia y Rigor*

Se señalan como posibles mejoras:

*Simplificación procedimientos*

*Información periódica sobre gastos*

## Aulas adecuadas

**PREGUNTA DE EVALUACIÓN:** ¿Las aulas son adecuadas para las características de cada curso?

Un 5% del profesorado considera que las aulas son poco adecuadas para las características del curso. Entre los problemas detectados entran la insuficiencia de medios tecnológicos, las temperaturas poco adecuadas y la poca versatilidad de las aulas.

(DOC.05) ¿Las aulas son adecuadas para el desarrollo de la docencia?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy adecuadas	39	36,4
Bastante adecuadas	63	58,9
Poco adecuadas	5	4,7
Total	107	100,0

Un 30% de los estudiantes considera que son poco o nada adecuadas.

(EST.11) ¿Las aulas son adecuadas para el desarrollo del curso?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy adecuadas	9	18,0
Bastante adecuadas	26	52,0
Poco adecuadas	12	24,0
Nada adecuadas	3	6,0
Total	50	100,0

Dirección y coordinación, por el contrario, valoran globalmente las aulas en un 8,33 sobre 10.

Entre los comentarios en abierto, negativos y positivos, destacamos los siguientes:

aula pequeña, sillas fijas, mucho calor en invierno y en verano, espacio muy formal, aula no apropiada para trabajo grupal y parte vivencial, salón de actos poco apropiado, mesas pequeñas para los portátiles, faltan enchufes para cargar los portátiles, autobuses escasos los sábados

aulas adecuadas, comodidad, amplitud, mucha luz, buena acústica, climatización adecuada, limpieza, con todo lo necesario, tenemos salón de actos y sala de informática, sillas movibles, versátiles para poder trabajar en grupos, buen equipo informático y audiovisual, herramientas y materiales suficientes

## Retroalimentación a los másteres

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Reciben los másteres información suficiente sobre su desempeño?

En general (78%) la dirección y coordinación de los másteres preferiría tener la información sobre su presupuesto más a menudo, con una periodicidad bimensual (44%) o mensual (33%).

### DIR.10.a) ¿Cómo valoras esta disponibilidad de información?

	Frecuencia	Porcentaje válido
La información que recibo es suficiente	2	22,2
Me gustaría tenerla con mayor periodicidad	7	77,8
Total	9	100,0

### DIR.10.a.1) Si te gustaría mayor periodicidad, ¿cada cuánto?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Mensual	3	42,9
Bimensual	4	57,1
Total	7	100,0

## Másteres posicionados

El 94% la gente conoce el Centro por la difusión de los cursos.

### (EST.05) ¿Qué conoció primero, el curso o el Centro Superior de Estudios de Gestión?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Conocí primero el Centro	3	6,0
Conocí primero el curso	47	94,0
Total	50	100,0

## Dirección y coordinación implicada

En general, (el 100% de dirección y coordinación lo refiere) se está a gusto con realizar el curso en el Centro. Se sienten reconocidos/as por el Centro en un 4,4 sobre 5 y se sienten apoyados/as en un 4,2 sobre 5. Profesionalmente, se está satisfecho con el propio trabajo realizado en un 4,4 sobre 5.

A la pregunta abierta sobre [satisfacción general con el Centro \(DIR.18\)](#) indican que la satisfacción es *muy alta* en 5 ocasiones y *no es muy alta* sólo en un caso.

## Síntesis de la dimensión: PRODUCTOS DEL CENTRO / ELEMENTOS ESTRUCTURALES DE LOS CURSOS

El 16% del alumnado y el 6% de los profesores consideran que las instalaciones son poco adecuadas, un porcentaje relativamente bajo para docentes, pero no tanto para estudiantes. El porcentaje se eleva cuando se habla exclusivamente de aulas. De forma abierta responden insuficiencia de medios tecnológicos, temperatura poco adecuada y versatilidad de las aulas. Dirección y coordinación, por el contrario, valoran globalmente las aulas en un 8,33 sobre 10.

Los másteres están bien posicionados y son conocidos, mucho más que el Centro con diferencia.

En cuanto a la información general sobre presupuestos, el 67% de la dirección y coordinación de los másteres indica que recibe información a demanda. Se entiende que se trabaja con rapidez, que se les da atención, y como posible mejora se señala que podrían simplificarse procedimientos y proporcionar información sobre gastos de forma más periódica.

Sobre si la información sobre el desempeño es suficiente, la dirección y coordinación de los másteres indican en general (78%) que preferirían tener los datos sobre presupuesto cada dos meses (44%) o cada mes (33%).

En general se está a gusto con realizar el curso en el Centro, así lo refieren el 100% de direcciones y coordinaciones que contestan. Además, se sienten reconocidos/as por el Centro en un 4,4 (sobre 5), apoyados/as en un 4,2 y profesionalmente están satisfechos con el propio trabajo realizado en un 4,4.

## [2] Procesos del Centro

### PROCESOS DEL CENTRO

P01. Dirección del Centro  
P02. Posicionamiento  
P03. Plan Estratégico  
P04. Homogeneización de cursos  
P05. Convenios  
P06. Atención a los trabajadores  
P07. Evaluación del Centro  
P08. Atención e información al alumnado  
P09. Matriculación y pagos  
P10. Distribución de espacios  
P11. Gestión contable  
P12. Supervisión de propuestas de máster  
P13. Información adm., institucional y jurídica  
P14. Soporte, apoyo informático  
P15. Gestión con otras organizaciones  
P16. Conserjería  
P17. Limpieza  
P18. Mantenimiento  
P19. Hostelería  
P20. Acceso a suministros

### P09. Matriculación y pagos

Sobre los trámites de matriculación, un 28% del alumnado considera que es algo difícil o difícil. Un 72% consideran que es fácil o muy fácil. La dirección y coordinación de los másteres no valora muy positivamente la aplicación informática de preinscripción (6,9 sobre 10).

#### (EST.15.2) Trámites de matriculación.

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy fácil	6	12,0
Fácil	30	60,0
Algo difícil	11	22,0
Difícil	3	6,0
Total	50	100,0

Respecto al abono de tasas, un 24% considera que es algo difícil o muy difícil y un 75% considera que es fácil o muy fácil.

#### (EST.15.3) Proceso de abono de tasas.

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy fácil	4	8,0
Fácil	33	66,0
Algo difícil	12	24,0
Difícil	1	2,0
Total	50	100,0

Algunas ideas sobre la gestión de preinscripciones, matrículas y pagos se listan a continuación:

#### FORTALEZAS

Atención personalizada  
Buena gestión de Secretaría, rapidez, eficacia  
Muy útil el acceso online a información sobre preinscripciones

#### MEJORAS

Clarificar proceso para alumnos  
Resolver admisiones más rápido  
Acceso para coordinadores  
Acceso a información de abonos  
Facilitar factura después de abono (no sólo antes)



Un 67% considera que la obtención de títulos o certificados es algo difícil o difícil y 33% consideran que es fácil o muy fácil.

(EST.15.4) Obtención de títulos y certificaciones.

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy fácil	3	6,5
Fácil	12	26,1
Algo difícil	14	30,4
Difícil	17	37,0
Total	46	100,0

#### P10. Distribución de espacios

Dirección y coordinación valoran positivamente la distribución y gestión de los espacios y aulas (un 8,9 sobre 10).

#### P14. Soporte, apoyo informático

No se valora muy positivamente el soporte y apoyo informático, la dirección y coordinación de los másteres lo valoran en un 6,8 sobre 10. Las propuestas de mejora, en resumen:

*Mejora y más apoyo informático con aulas y ordenadores*

*Intranet al margen de UCM (a veces fallan conexiones)*

*Compra software*

#### P12. Supervisión de propuestas de los másteres

Al preguntar por la elaboración, presentación y seguimiento de la propuesta anual de los cursos (DOC.8.3.), se indican como fortalezas, desde Secretaría, la *Eficacia* y la *Ayuda* prestada.

Como ideas para la mejora:

*Que sea online*

*Ampliar plazo para preparar la memoria*

*Simplificar si no hay novedades*

*Simplificar algunos campos (prácticas)*

*Dejar campos abiertos para particularidades de cada curso*

*Flexibilizar el cálculo de horas docentes*

*Abrir preinscripción antes*

Sobre la [disponibilidad de información administrativa, institucional y jurídica](#) que brinda el Centro [DOC.8.4.](#)), se pide como mejora *mayor flexibilidad*, y se indica como positivo:

*En general bien*

*Eficaz*

*Completa*

*El centro atiende las necesidades de información*

### [P16. Conserjería](#)

La conserjería se valora positivamente por dirección y coordinación de los másteres: se puntúa con un 8,4 sobre 10.

### [P19. Hostelería](#)

Hay una pregunta global sobre los tres temas a dirección y coordinación de los cursos ([DIR.8.5.](#))

En general se valoran estos servicios como *Muy buenos* y como propuestas se indican:

*Para viernes y sábados café en termos / comida ya elaborada para ganar tiempo*

*Para viernes y sábados información para resolver incidencias*

## Síntesis de la dimensión: PROCESOS DEL CENTRO

De todos los procesos medidos (sólo sobre los que se preguntaba), se valoran bien los trámites de matriculación y abono de tasas, y las valoraciones son algo más bajas para la obtención de títulos y certificados.

Desde que la dirección y coordinación de los másteres se valora muy bien la gestión de Secretaría, como ideas de mejora se señala el acceso de coordinadores a la aplicación de preinscripciones y acceso directo a la información sobre abonos para aligerar el proceso. Lo que no se valora muy positivamente es la aplicación informática de preinscripción (6,9 sobre 10).

Se valora bien la distribución y gestión de los espacios y aulas (un 8,9 sobre 10).

En general no se valora positivamente el soporte informático (6,8 sobre 10), y encontramos comentarios al respecto en las respuestas abiertas de varios campos.

En cuanto al proceso de supervisión de propuestas de los másteres, se pide que sea en general más sencillo y más flexible, pero se valora muy bien el seguimiento que hace Secretaría durante el proceso.

Se valora muy positivamente y hay en general pocas observaciones sobre el apoyo desde conserjería, sobre el servicio de limpieza y mantenimiento, y sobre el servicio de hostelería.

## [1] Elementos Estructurales del Centro

### ELEMENTOS ESTRUCTURALES

- Estrategias: orientación hacia escuela de gobierno y tipos de alumnado
- Imagen Centro
- Plan estratégico
- Accesibilidad (transporte, párking)
- Personal
- Adaptación normativa complutense
- Recursos pedagógicos (multimedia...)
- Edificio adecuado, instalaciones

## Imagen Centro

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿El Centro es conocido y visible? ¿El centro se percibe como homogéneo?

Al 23% del alumnado le costó encontrar información sobre el Centro y al 77% le resultó fácil. Un 58% conoce otro curso que se imparta en el CSEG, mientras que el 42% no conoce ninguno.

(EST.07) ¿En qué medida considera que le fue fácil conocer el CSEG?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Me resultó fácil	37	77,1
Me costó encontrar información	11	22,9
Total	48	100,0

(EST.08) Continuando con el Centro de Gestión, ¿conoce algún otro curso que se imparta en el centro?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Sí	29	58,0
No	21	42,0
Total	50	100,0

Un 74% ignora si hay rasgos en común entre todos los cursos que se imparten en el Centro o estima que no los hay. Un 26% considera que sí que existen rasgos en común.

(EST.09) ¿De los que conoce, cree que hay rasgos en común entre todos los cursos que se imparten en el Centro de Gestión?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Sí	11	25,6
No	6	14,0
No lo sé	26	60,5
Total	43	100,0

A la pregunta abierta, las personas que opinan que hay rasgos en común hablan no tanto de contenidos afines en la formación sino de la orientación general del centro. Se puede ver resumido a continuación:

formación no reglada, clases en común, ciencias sociales, metodología, orientación profesional, orientación al empleo, orientación empresarial, salidas profesionales, calidad profesorado emprendimiento personal y profesional

El 89% de la coordinación y dirección considera que el Centro no tiene una estrategia o posicionamiento de cara al exterior definido.

DIR.13) ¿Consideras que el Centro de Gestión tiene una estrategia o posicionamiento de cara al exterior definido?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Sí, en su mayor parte	1	11,1
No mucho	8	88,9
Total	9	100,0

En el desarrollo abierto de esta pregunta se añade que *no hay imagen de marca, que no se conoce el centro ni su objetivo ni su contenido y que hace falta trabajar activamente posicionamiento, comunicación y difusión*. Sigue en esta línea el resumen de las respuestas abiertas sobre fortalezas y propuestas de mejora en cuanto a difusión información y publicidad del Centro

#### FORTALEZAS

Es un Centro con buena imagen  
Página web muy atractiva  
Posicionamiento SEM  
Buenas intenciones  
Pocas fortalezas  
Ninguna fortaleza

#### MEJORAS

Mayor visibilidad  
Posicionar la marca  
Posicionar el CSEG en la UCM  
Mejorar web, redes sociales, SEO/SEM (community manager)  
Mayor difusión del centro y más apoyo a la difusión de cada máster  
Más apoyo a la formación permanente en la UCM  
Recursos generales que cada curso pueda adaptar  
Feria Aula

Accesibilidad (tte, parkings)

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Son las instalaciones accesibles para todos los usuarios/as?

Respecto al transporte público, se considera en un 55% como de “algo” o “muy difícil” acceso.

(EST.10.1) Acceso en transporte público al centro.

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy fácil	4	8,3
Fácil	19	39,6
Algo difícil	21	43,8
Muy difícil	4	8,3
Total	48	100,0

Para llegar en coche, el alumnado considera que es fácil o muy fácil en un 80%. Coordinación y administración consideran deficiente en un 67% la frecuencia de los autobuses y limitada la franja horaria en un 56% de los casos.

(DIR.4.1) Frecuencia de autobuses.

	Frecuencia	Porcentaje válido
Poca frecuencia.	6	66,7
Frecuencia adecuada.	3	33,3
Total	9	100,0

(DIR.4.2) Franja horaria de autobuses

	Frecuencia	Porcentaje válido
Suficiente.	3	37,5
Limitada.	5	62,5
Total	8	100,0

El aparcamiento se considera como fácil o muy fácil por el 85% del alumnado.

## (EST.10.2) Facilidad para llegar en coche.

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy fácil	15	30,6
Fácil	24	49,0
Algo difícil	9	18,4
Muy difícil	1	2,0
Total	49	100,0

## (EST.10.3) Aparcamiento.

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy fácil	11	23,4
Fácil	29	61,7
Algo difícil	6	12,8
Muy difícil	1	2,1
Total	47	100,0

En cuanto a la dirección y coordinación de los másteres, en el 89% de los casos solo se encuentran problemas de aparcamiento a veces o nunca.

## (EST.10.3) (DIR.4.3) Aparcamiento

	Frecuencia	Porcentaje válido
Nunca encuentro problemas.	2	22,2
Me encuentro problemas a veces.	6	66,7
Me encuentro problemas a menudo.	1	11,1
Total	9	100,0

El Centro se considera como poco o nada adaptado para las personas con alguna discapacidad por el 62% del alumnado.



## (EST.10.4) ¿Considera que el Centro está adaptado para personas con alguna discapacidad?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Muy adaptado	1	2,1
Bastante adaptado	17	36,2
Poco adaptado	25	53,2
Nada adaptado	4	8,5
Total	47	100,0

El 22% de la dirección de los másteres que ha contestado ha tenido alguna vez problemas para que alumnado con discapacidad física accediese al Centro, aulas o despacho. En la parte abierta se refieren dos casos concretos, en uno se solucionó cambiando el curso a un aula en la planta bajo y en el otro caso no hubo ninguna adaptación.

## DIR.5) ¿Han tenido algún problema para que alumnos con discapacidad física accedan al Centro, al aula o al despacho?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Nunca	6	75,0
Alguna vez	2	25,0
Total	8	100,0

## Recursos pedagógicos, multimedia

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Los recursos pedagógicos son suficientes para las características de cada curso?

## Edificio adecuado, instalaciones

PREGUNTA DE EVALUACIÓN: ¿Las instalaciones contribuyen a la buena práctica pedagógica?

Solo un 6,5% del profesorado considera que las instalaciones del Centro son poco adecuadas y un 16% del alumnado refiere que los equipamientos (audio, vídeo, conexión de internet, etc.) son poco o nada adecuados.

## Síntesis de la dimensión: ELEMENTOS ESTRUCTURALES DEL CENTRO

A un 23% le costó encontrar información sobre el Centro, otro indicador de un bajo conocimiento es que el 42% desconoce el nombre de otro curso que se imparte en el mismo Centro.

Además, un 74% considera que no hay rasgos en común entre los cursos impartidos en el Centro, o bien los desconocen.

Se comenta que no hay imagen de marca y que hay que trabajar para mejorar la visibilidad del centro, el posicionamiento, la imagen en redes sociales, etc.

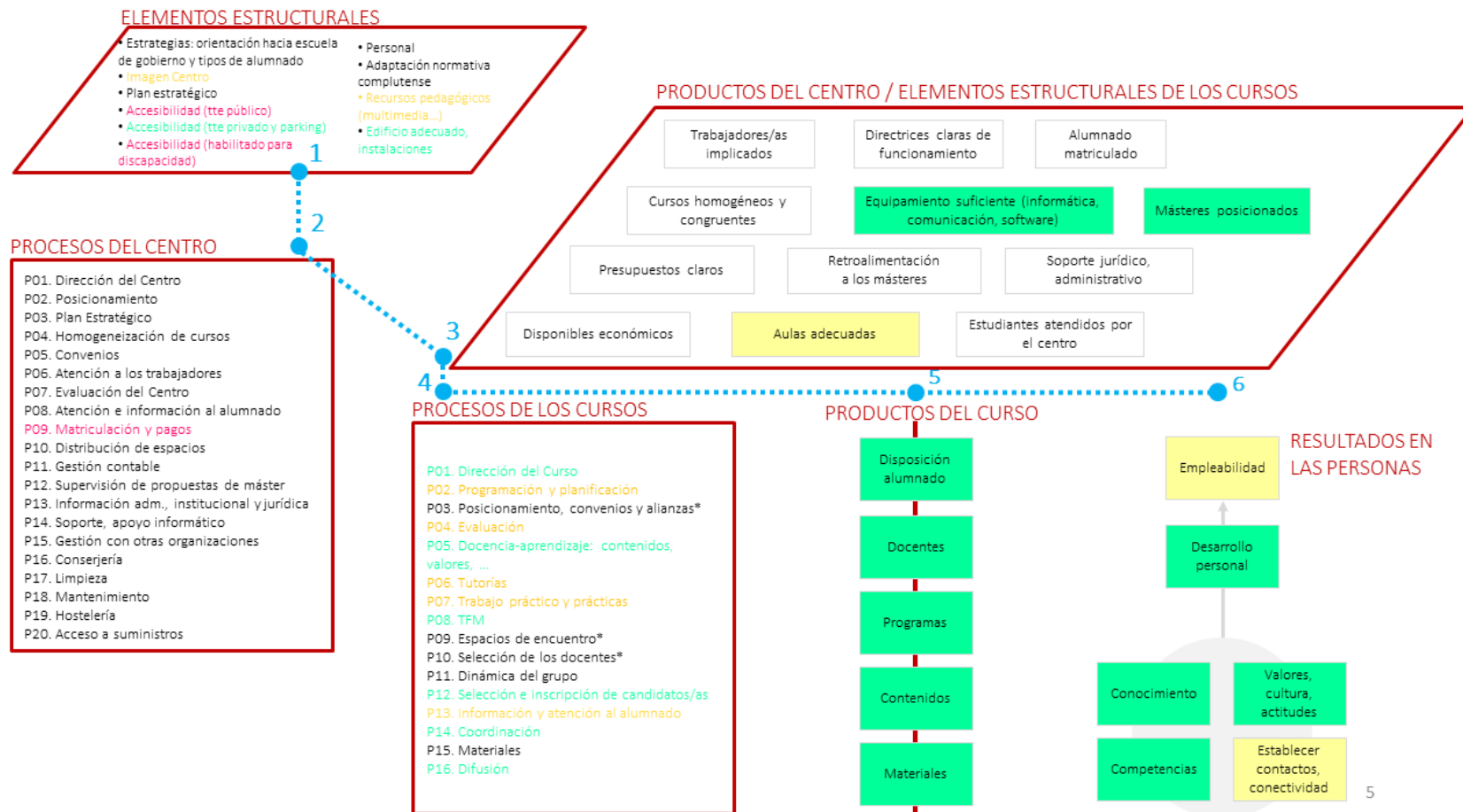
Un 55% que refiere dificultades para acceder al centro en transporte público. Tampoco está adaptado para discapacidad de movilidad. El 22% de la dirección de los másteres que ha contestado ha tenido alguna vez problemas para que alumnado con discapacidad física accediese al curso.

En cambio, en transporte privado son minoritarias las dificultades referidas. Tampoco son muy relevantes los problemas de aparcamiento para el alumnado (15%). En cuanto a la dirección y coordinación de los másteres, en el 89% de los casos solo se encuentran problemas de aparcamiento a veces o nunca.

Para llegar en coche, el alumnado considera que es fácil o muy fácil en un 80%. Coordinación y administración consideran deficiente en un 67% la frecuencia de los autobuses y limitada la franja horaria en un 56% de los casos.

En general, las valoraciones sobre las instalaciones son positivas (en torno a un 83%).

# Síntesis gráfica y enjuiciamiento de los datos



### Subdimensión extra: permeabilidad de la dirección del Centro a las propuestas y demandas de los másteres

En general, el 78% de la dirección y coordinación considera que se atienden sus propuestas. Hay dos casos en los que solo se atienden en ocasiones o en general no se atienden.

(DIR 14) ¿Cómo valoras la atención y respuesta a las propuestas, iniciativas o sugerencias que haces desde tu curso al Centro o a la dirección?

	Frecuencia	Porcentaje válido
En general considero que se atienden mis propuestas	7	77,8
Se atienden en ocasiones	1	11,1
En general no se atienden	1	11,1
Total	9	100,0

En la parte abierta se refiere también en todos los casos que las propuestas *siempre se atienden*, que hay *buena comunicación, escuchan, atienden, hacen seguimiento*.

## Anexos

### Anexo 1. Tablas de correlación entre resultados

Relación entre mejora de competencias \* trabajo actual

(EST.37) ¿Considera que han mejorado sus competencias laborales? \* 42) ¿Trabaja usted actualmente?

		42) ¿Trabaja usted actualmente?		Total
		No	Sí	
37) ¿Considera que han mejorado sus competencias laborales?	No ha mejorado nada	Recuento	0	2
		% del total	0,0%	4,3%
	Han mejorado poco	Recuento	7	13
		% del total	14,9%	27,7%
	Han mejorado mucho	Recuento	0	6
		% del total	0,0%	12,8%
	Han mejorado bastante	Recuento	6	26
		% del total	12,8%	55,3%
	Total	Recuento	13	47
		% del total	27,7%	100,0%

Existe concordancia entre la mejora de las competencias laborales y el trabajar actualmente en un 30% (Gamma 0,30).

Tabla de contingencia 37) ¿Considera que han mejorado sus competencias laborales? \* 36) ¿Considera que ha conseguido con el curso otros resultados personales (crecimiento personal, valores...)?

			36) ¿Considera que ha conseguido con el curso otros resultados personales (crecimiento personal, valores...)?		Total
			No	Sí	
37) ¿Considera que han mejorado sus competencias laborales?	No ha mejorado nada	Recuento	2	0	2
		%	20,0%	0,0%	5,6%
	Han mejorado poco	Recuento	3	6	9
		%	30,0%	23,1%	25,0%
	Han mejorado mucho	Recuento	0	3	3
		%	0,0%	11,5%	8,3%
	Han mejorado bastante	Recuento	5	17	22
		%	50,0%	65,4%	61,1%
Total		Recuento	10	26	36
		%	100.0%	100.0%	100.0%

Existe concordancia media-alta ( $\text{Gamma} = 0,427$ ) entre el desarrollo personal y la empleabilidad (medido a través de la mejora de competencias laborales). Es decir, que el 42,7% de las personas que refieren haberse desarrollado a nivel personal, también refieren un mayor grado de empleabilidad.

Tabla de contingencia 37) ¿Considera que han mejorado sus competencias laborales? \* 30) ¿En qué medida ha adquirido los conocimientos del curso?

			30) ¿En qué medida ha adquirido los conocimientos del curso?			Total
			Bastante	Mucho	Poco	
37) ¿Considera que han mejorado sus competencias laborales?	No ha mejorado nada	Recuento	2	0	0	2
		%	40,0%	0,0%	0,0%	4,2%
	Han mejorado poco	Recuento	3	11	0	14
		%	60,0%	40,7%	0,0%	29,2%
	Han mejorado mucho	Recuento	0	1	5	6
		%	0,0%	3,7%	31,2%	12,5%
	Han mejorado bastante	Recuento	0	15	11	26
		%	0,0%	55,6%	68,8%	54,2%
Total		Recuento	5	27	16	48
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Hay concordancia en un  $n$  66% ( $\text{Gamma} = 0.66$ ) entre la mayor adquisición de conocimientos del curso y la mejora de las competencias laborales.

Tabla cruzada 37) ¿Considera que han mejorado sus competencias laborales?\*31) ¿En qué medida ha incorporado las destrezas trabajadas en el curso?

			31) ¿En qué medida ha incorporado las destrezas trabajadas en el curso?				Total
			Nada	Poco	Bastante	Mucho	
37) ¿Considera que han mejorado sus competencias laborales?	No ha mejorado nada	Recuento	1	1	0	0	2
		%	50,0%	10,0%	0,0%	0,0%	4,2%
	Han mejorado poco	Recuento	1	4	7	2	14
		%	50,0%	40,0%	28,0%	18,2%	29,2%
	Han mejorado mucho	Recuento	0	0	1	5	6
		%	0,0%	0,0%	4,0%	45,5%	12,5%
	Han mejorado bastante	Recuento	0	5	17	4	26
		%	0,0%	50,0%	68,0%	36,4%	54,2%
Total		Recuento	2	10	25	11	48
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Existe una concordancia media-baja (23%) entre la empleabilidad y la incorporación de las destrezas trabajadas en el curso. Hay concordancia baja (0,188; 19%) entre la mejora de las competencias laborales (empleabilidad) y la incorporación de las destrezas trabajadas en el curso.

Tabla de contingencia 37) ¿Considera que han mejorado sus competencias laborales? \* 34) ¿Cree que después del curso ha adquirido la cultura y los valores propios de la profesión?

			34) ¿Cree que después del curso ha adquirido la cultura y los valores propios de la profesión?				Total
			Nada	Poco	Bastante	Mucho	
37) ¿Considera que han mejorado sus competencias laborales?	No ha mejorado nada	Recuento	1	1	0	0	2
		%	50,0%	10,0%	0,0%	0,0%	4,2%
	Han mejorado poco	Recuento	1	5	8	0	14
		%	50,0%	50,0%	26,7%	0,0%	29,2%
	Han mejorado mucho	Recuento	0	0	2	4	6
		%	0,0%	0,0%	6,7%	66,7%	12,5%
	Han mejorado bastante	Recuento	0	4	20	2	26
		%	0,0%	40,0%	66,7%	33,3%	54,2%
Total		Recuento	2	10	30	6	48
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Hay una concordancia media (38%) entre la mejora de las competencias laborales y la adquisición de la cultura y valores propios de la profesión.

Tabla cruzada 37) ¿Considera que han mejorado sus competencias laborales?\*35) ¿Ha incrementado sus contactos profesionales dentro del área del curso?

			35) ¿Ha incrementado sus contactos profesionales dentro del área del curso?				Total
			Nada	Poco	Bastante	Mucho	
37) ¿Considera que han mejorado sus competencias laborales?	No ha mejorado nada	Recuento	1	1	0	0	2
		%	16,7%	6,3%	0,0%	0,0%	4,2%
	Han mejorado poco	Recuento	3	6	4	1	14
		%	50,0%	37,5%	26,7%	9,1%	29,2%
	Han mejorado mucho	Recuento	0	0	0	6	6
		%	0,0%	0,0%	0,0%	54,5%	12,5%
	Han mejorado bastante	Recuento	2	9	11	4	26
		%	33,3%	56,3%	73,3%	36,4%	54,2%
Total		Recuento	6	16	15	11	48
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

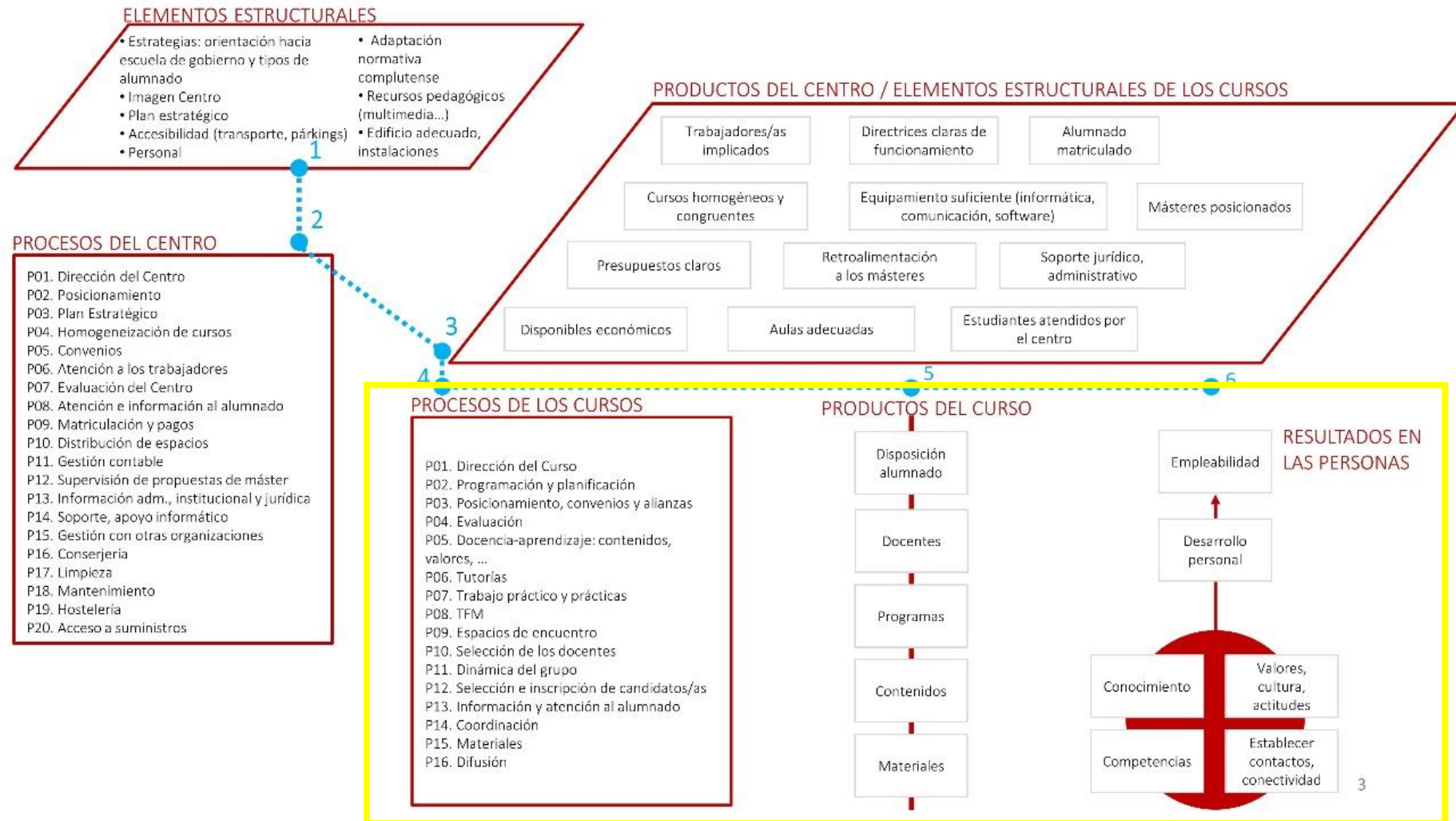
Hay una baja correlación (0,2 en Gamma) entre la mejora de las competencias laborales y el incremento de los contactos profesionales.



## Anexo 2. Anexo de datos desagregados por másteres

# Anexo de datos desagregados por másteres. Evaluación del Centro Superior de Estudios de Gestión, Análisis y Evaluación

NURIA MUÑOZ, ALMA PORTA, JUAN ANDRÉS LIGERO  
17-12-2018



## *Consideraciones al documento*

El presente documento es un anexo de datos desagregados por másteres sobre las dimensiones comunes a todos los cursos. En el modelo lógico de la página anterior se señalan las dimensiones, subdimensiones e ítems concernientes a los másteres y de los que se dispone información desagregada de docentes y de estudiantes (en el caso de directores se optó por no identificar el máster para ganar en confidencialidad y facilitar las respuestas.)

El anexo se estructura por dimensiones del modelo lógico, desde resultados hasta procesos, y por preguntas de los cuestionarios. En todas las dimensiones se aporta la información de docentes y de estudiantes y se especifica la fuente desde la que se obtiene. En el apartado metodológico se muestran dos gráficos de modelos lógicos resaltando en negrita las cuestiones que son contestadas con uno u otro cuestionario.

En cada apartado de cada pregunta se muestra:

- Tabla con las frecuencias y porcentajes según filas de cada máster.
- Gráfico de comparación de los másteres con las frecuencias de las respuestas.
- Gráfico de comparación de los másteres por porcentajes para que puedan ser comparados entre sí.

En los casos en que la variable es numérica se presenta la media, desviación típica, máximo y mínimo.

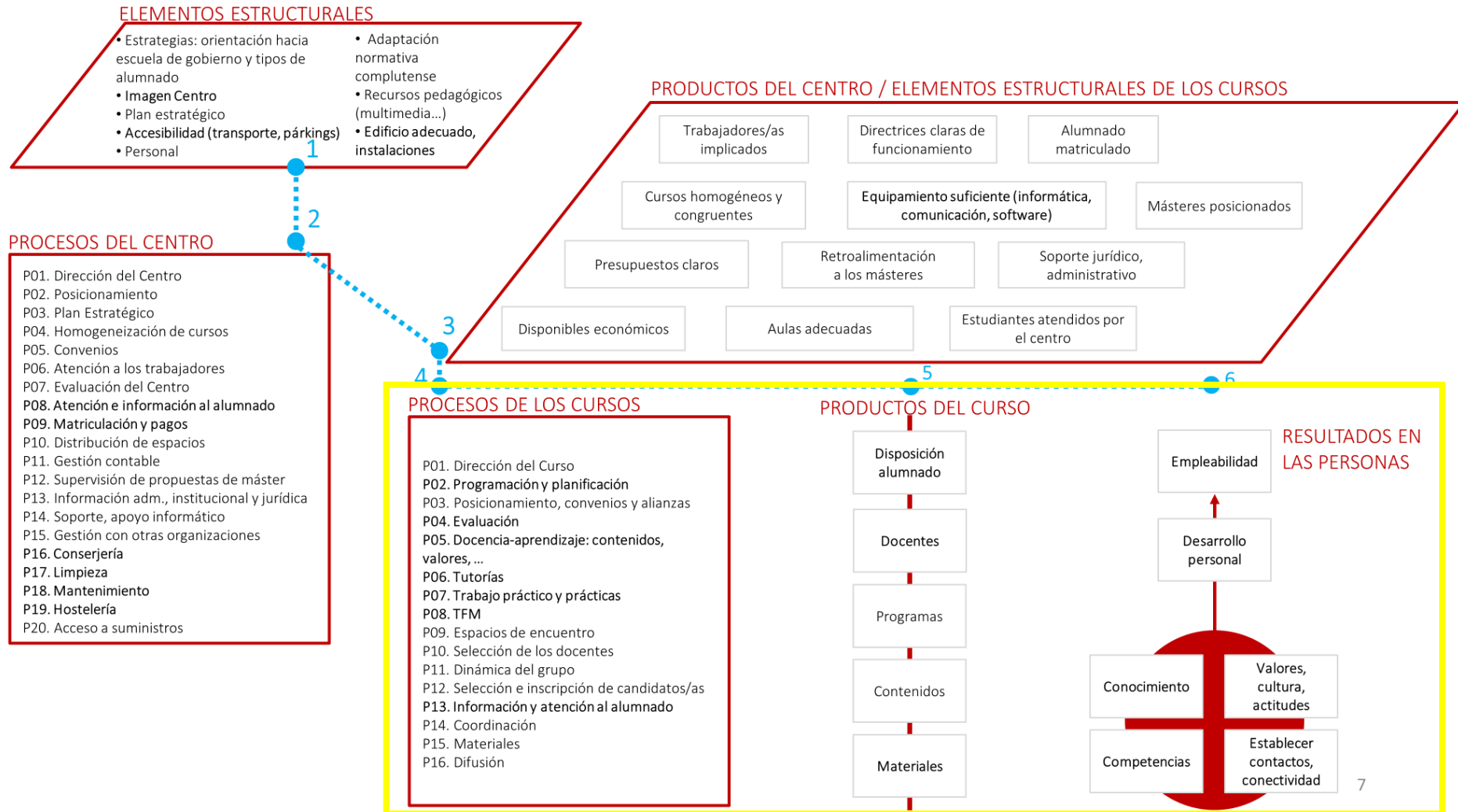
## Contenido

Modelo lógico CSEG-AE .....	1
Metodología .....	5
Base de datos según Másteres [Cuestionario de ESTUDIANTES].....	7
Base de datos según Másteres [Cuestionario de DOCENTES] .....	8
Resultados en las personas .....	9
Empleabilidad [ESTUDIANTES] .....	9
Desarrollo personal [ESTUDIANTES] .....	16
Conocimiento [ESTUDIANTES] .....	19
Conocimiento [DOCENTES] .....	22
Competencias [ESTUDIANTES] .....	26
Valores, cultura actitudes [ESTUDIANTES] .....	29
Establecer contactos, conectividad [ESTUDIANTES] .....	32
Productos .....	35
Disposición del alumnado [ESTUDIANTES] .....	35
Docentes [ESTUDIANTES] .....	37
Docentes [DOCENTES] .....	40
Programas [ESTUDIANTES] .....	47
Programas [ESTUDIANTES] .....	50
Programas [DOCENTES] .....	53
Materiales [ESTUDIANTES] .....	56
Procesos de los cursos.....	59
P01. Dirección [DOCENTES] .....	59
P02. Programación y planificación .....	61
P04. Evaluación [ESTUDIANTES] .....	62
	3

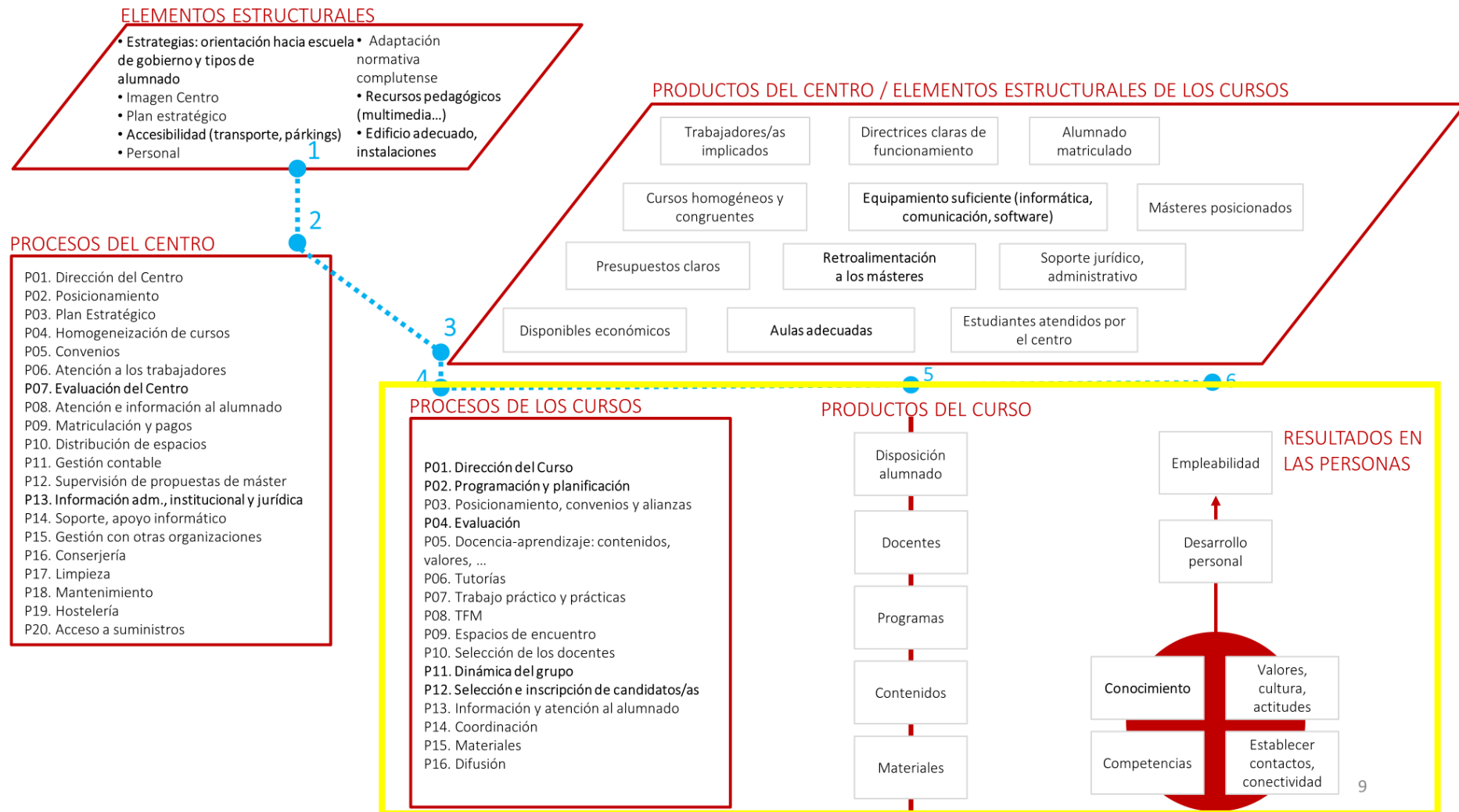
P04. Evaluación [DOCENTES] .....	65
P05. Docencia-aprendizaje [ESTUDIANTES].....	69
P05. Docencia-aprendizaje [DOCENTES] .....	75
P06. Tutorías [ESTUDIANTES] .....	81
P07. Trabajo práctico y prácticas [ESTUDIANTES] .....	84
P08. TFM [ESTUDIANTES] .....	87
P12. Selección e inscripción de los candidatos/as [DOCENTES] .....	90
P13. Información y atención al alumnado [ESTUDIANTES].....	93
P14. Coordinación [DOCENTES].....	96
P16. Difusión [ESTUDIANTES] .....	98

# Metodología

Preguntas incluidas en el cuestionario a estudiantes, señaladas en negrita:



Preguntas incluidas en el cuestionario a docentes, señaladas en negrita:





## Base de datos según Másteres [Cuestionario de ESTUDIANTES]

1) ¿Cuál es el título propio que ha cursado en el Centro Superior de Estudios de Gestión (CSEG)?	Frecuencia	Porcentaje
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	2	4,0
Compliance Officer	2	4,0
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	1	2,0
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	3	6,0
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	1	2,0
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	10	20,0
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	5	10,0
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	7	14,0
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	4	8,0
Mindfulness en Contextos de Salud	10	20,0
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	1	2,0
Seguridad Alimentaria	4	8,0
Total	50	100,0

## Base de datos según Másteres [Cuestionario de DOCENTES]

	Frecuencia	Porcentaje
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	4	3,7
Compliance Officer	4	3,7
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	5	4,7
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	1,9
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	9	8,4
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	16	15,0
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	17	15,9
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	5,6
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	4,7
Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	4,7
Mindfulness en Contextos de Salud	6	5,6
Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	4,7
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	5,6
Seguridad Alimentaria	17	15,9
Total	107	100,0
Perdidos	1	
Total	108	

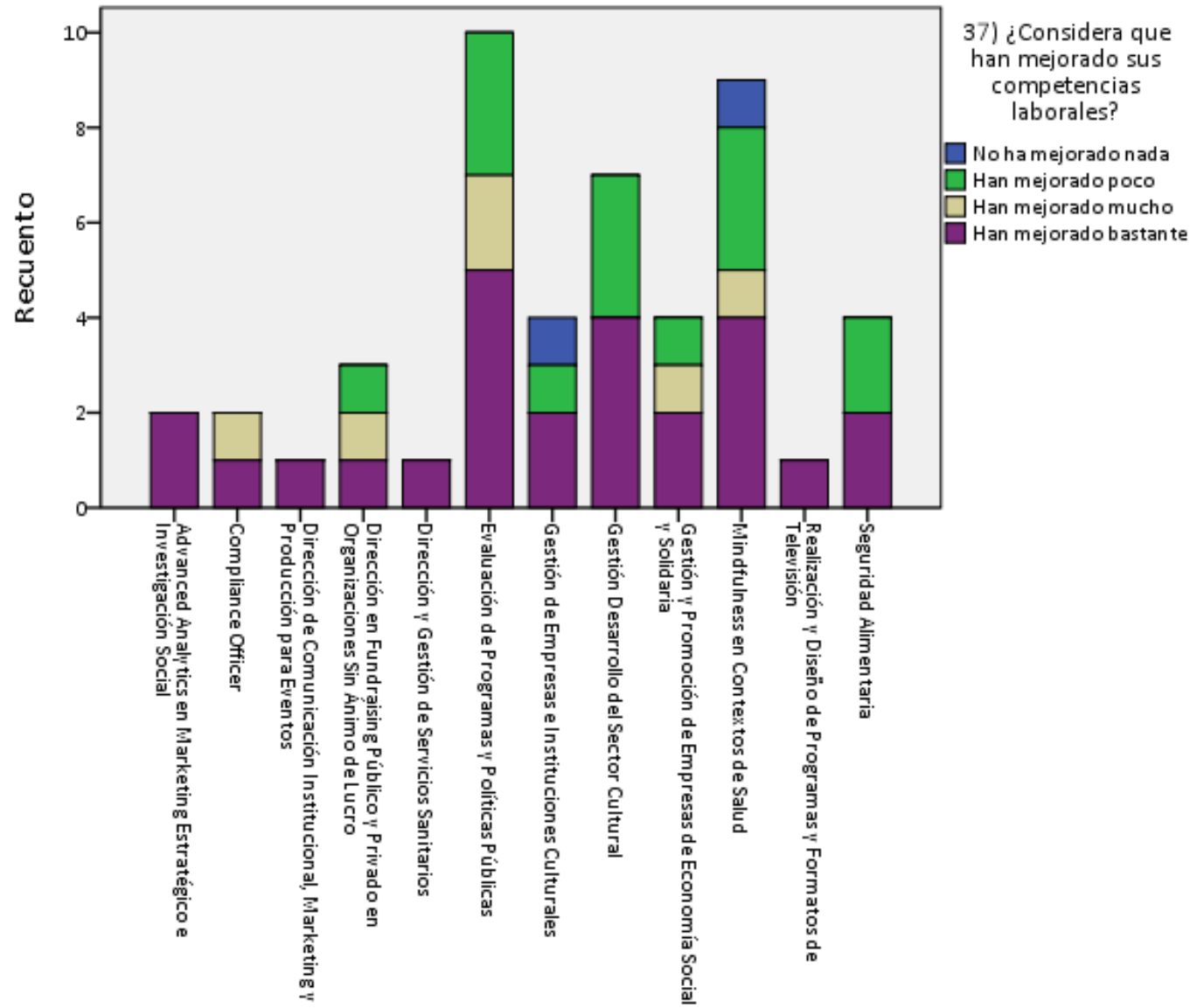
## Resultados en las personas

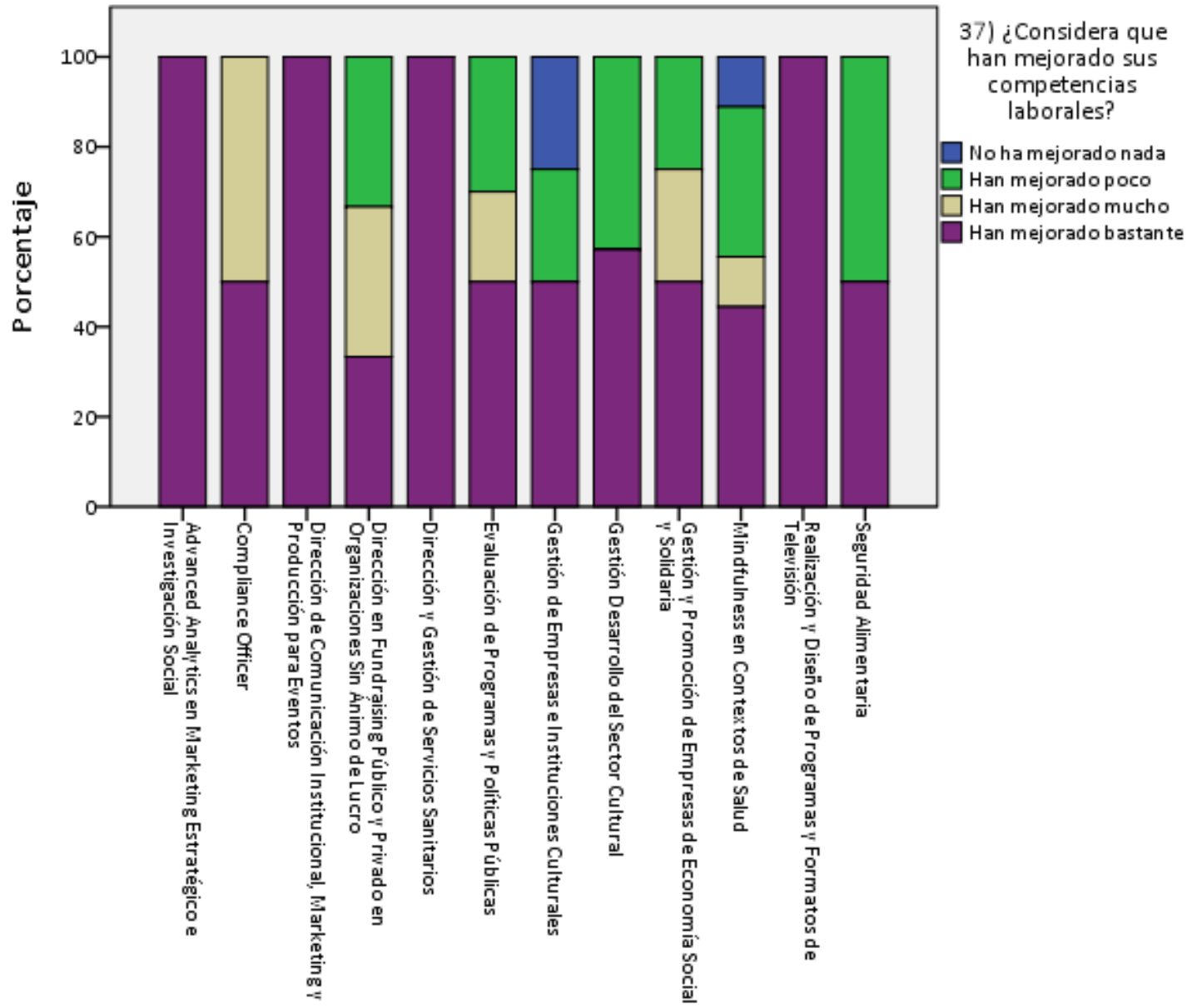
### Empleabilidad [ESTUDIANTES]

		37) ¿Considera que han mejorado sus competencias laborales?				Total
		No ha mejorado nada	Han mejorado poco	Han mejorado mucho	Han mejorado bastante	
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	0	0	0	2	2
	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	0	1	1	2
	%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	0	1	1	1	3
	%	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	0	3	2	5	10
	%	0,0%	30,0%	20,0%	50,0%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	1	1	0	2	4
	%	25,0%	25,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	0	3	0	4	7
	%	0,0%	42,9%	0,0%	57,1%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	0	1	1	2	4
	%	0,0%	25,0%	25,0%	50,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	1	3	1	4	9
	%	11,1%	33,3%	11,1%	44,4%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	0	0	0	1	1

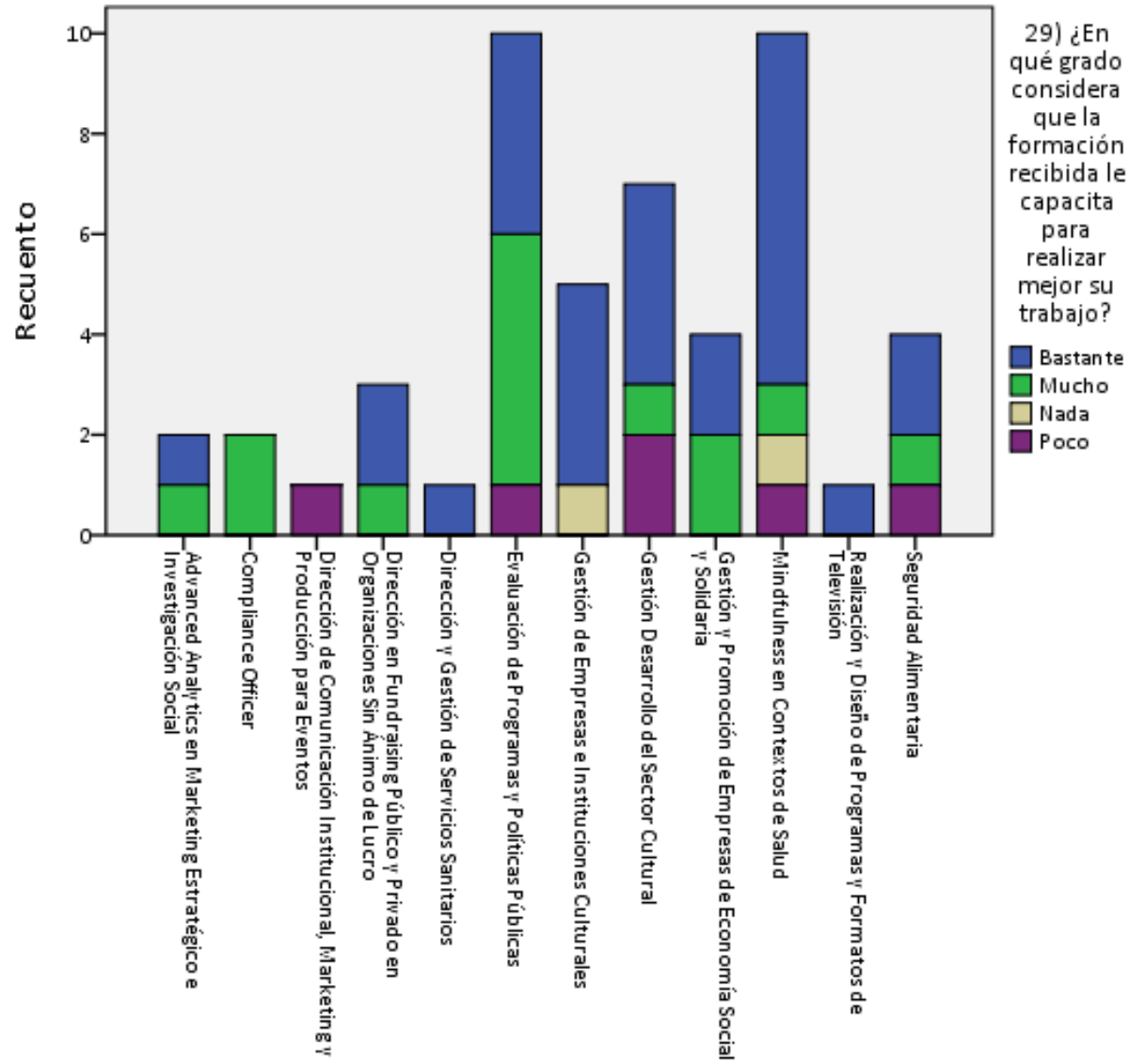
*Evaluación CSEG: datos desagregados por Másteres*

	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	0	2	0	2	4
	%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Total	N	2	14	6	26	48
	%	4,2%	29,2%	12,5%	54,2%	100,0%

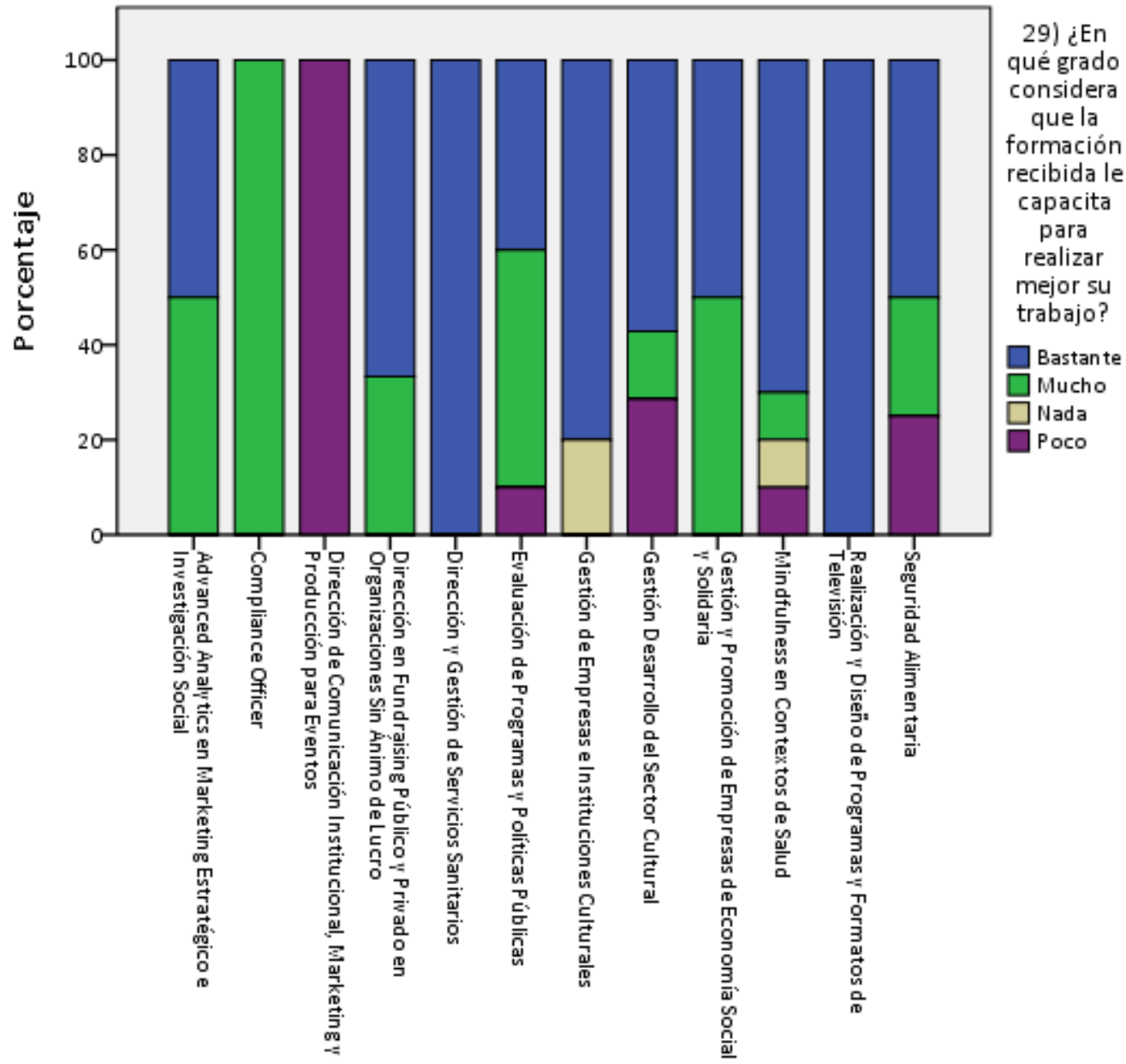




		29) ¿En qué grado considera que la formación recibida le capacita para realizar mejor su trabajo?				
		Bastante	Mucho	Nada	Poco	Total
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	1	1	0	0	2
	%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	2	0	0	2
	%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	2	1	0	0	3
	%	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	1	0	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	4	5	0	1	10
	%	40,0%	50,0%	0,0%	10,0%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	4	0	1	0	5
	%	80,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	4	1	0	2	7
	%	57,1%	14,3%	0,0%	28,6%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	2	2	0	0	4
	%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	7	1	1	1	10
	%	70,0%	10,0%	10,0%	10,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	1	0	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	2	1	0	1	4
	%	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%	100,0%
Total	N	28	14	2	6	50
	%	56,0%	28,0%	4,0%	12,0%	100,0%



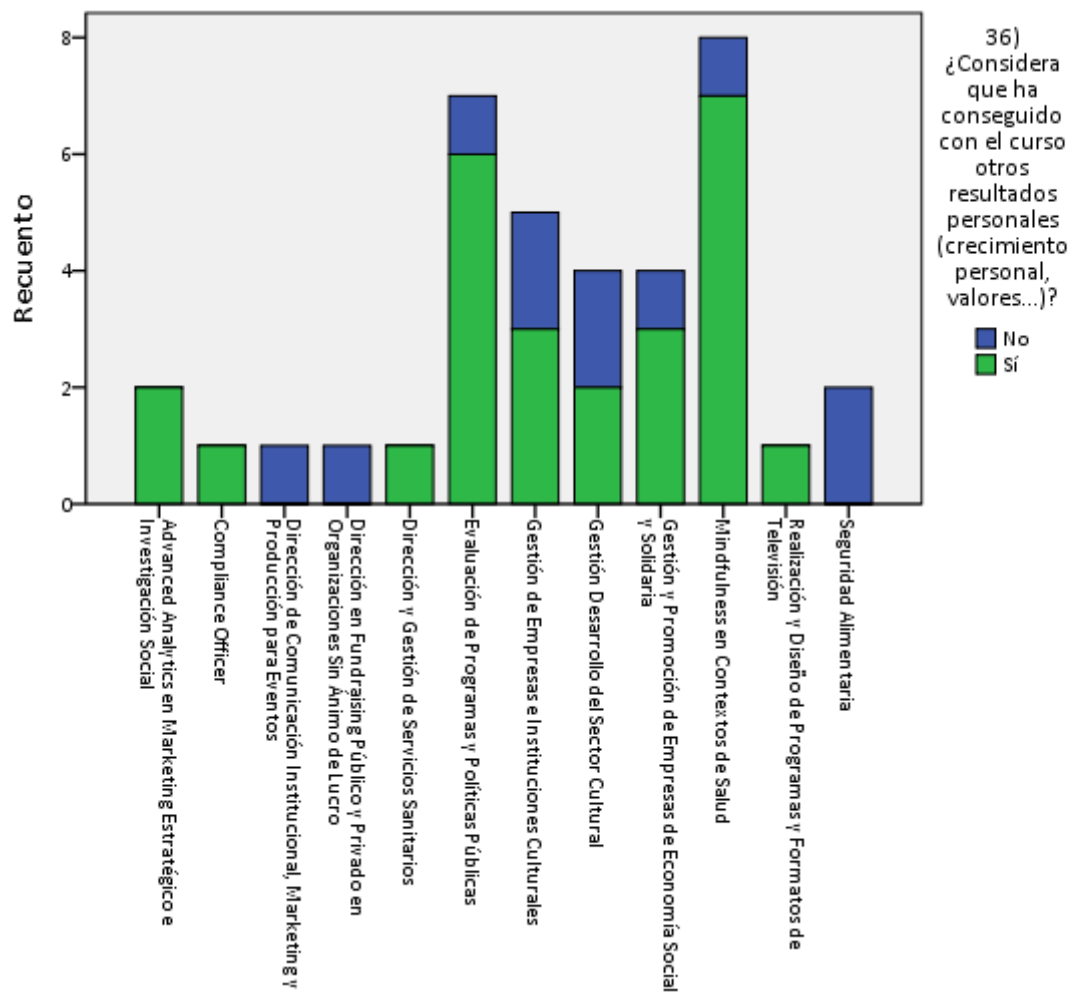


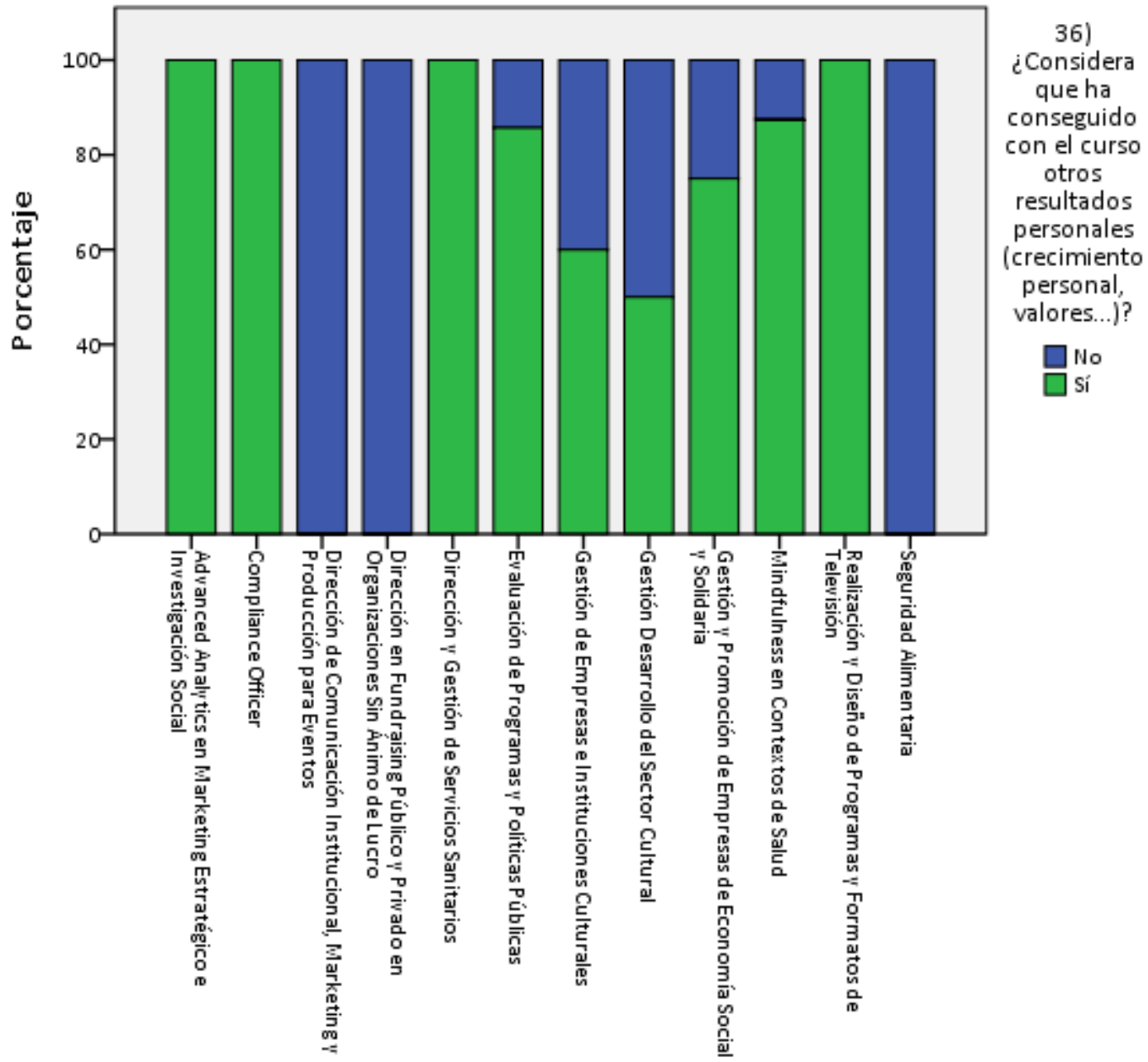


## Desarrollo personal [ESTUDIANTES]

		36) ¿Considera que ha conseguido con el curso otros resultados personales (crecimiento personal, valores...)?		
		No	Sí	Total
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	0	2	2
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	1	1
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	1	0	1
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	1	0	1
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	0	1	1
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	1	6	7
	%	14,3%	85,7%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	2	3	5
	%	40,0%	60,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	2	2	4
	%	50,0%	50,0%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	1	3	4
	%	25,0%	75,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	1	7	8
	%	12,5%	87,5%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	0	1	1
	%	0,0%	100,0%	100,0%

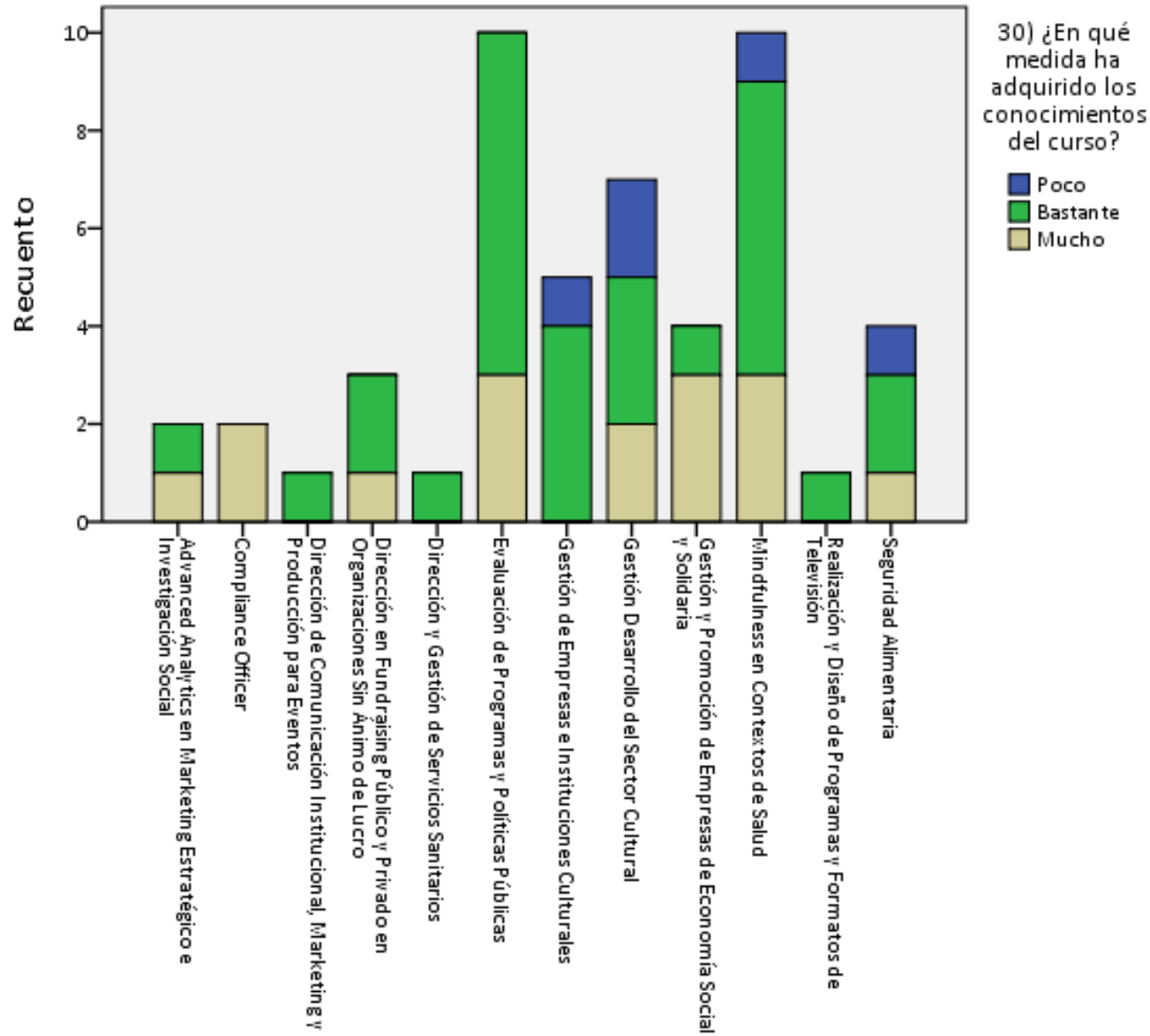
Seguridad Alimentaria	N	2	0	2
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Total	N	11	26	37
	%	29,7%	70,3%	100,0%

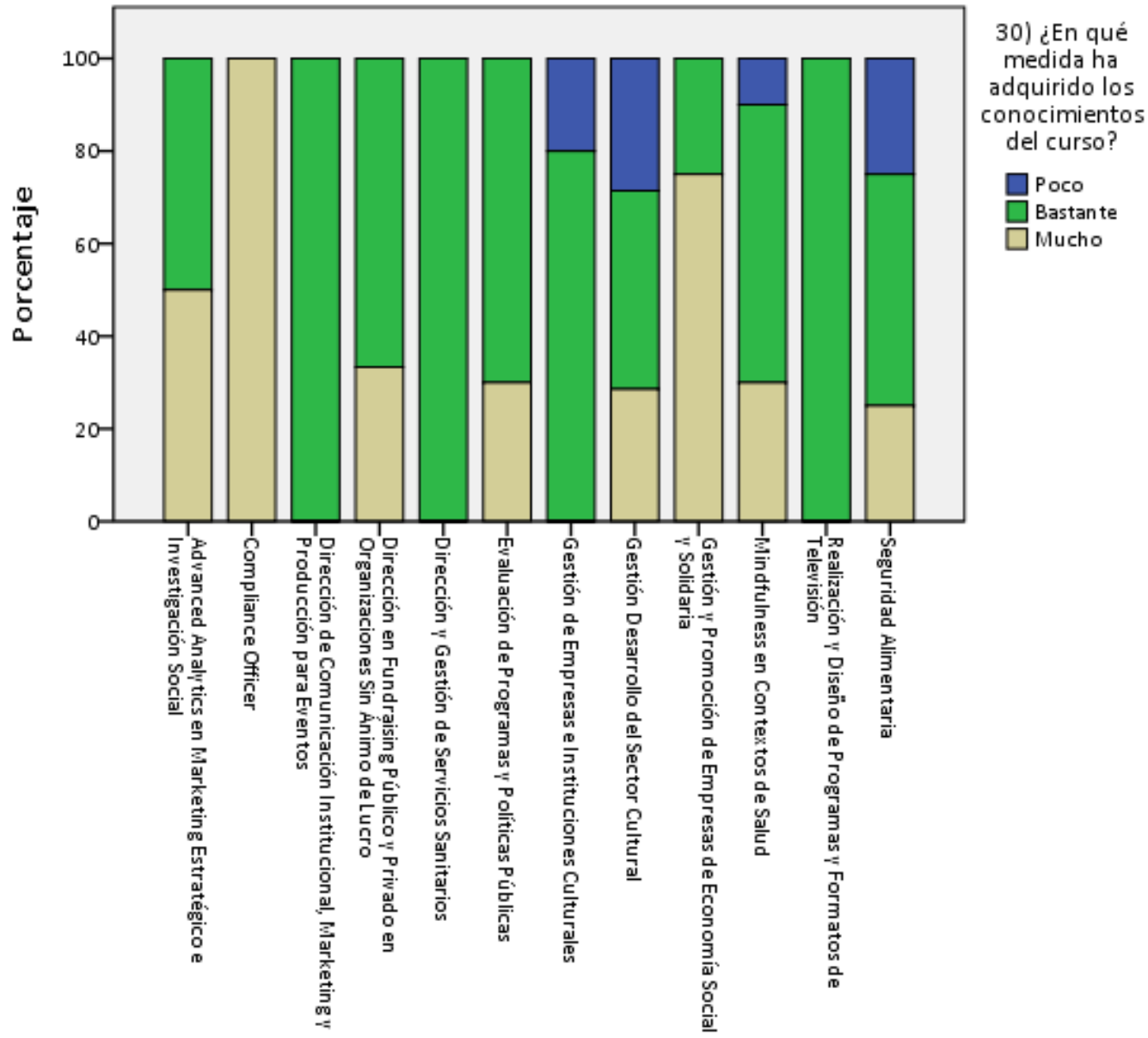




## Conocimiento [ESTUDIANTES]

		30) ¿En qué medida ha adquirido los conocimientos del curso?			
		Poco	Bastante	Mucho	Total
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	0	1	1	2
	%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	0	2	2
	%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	0	1	0	1
	% de	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	0	2	1	3
	%	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	0	1	0	1
	%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	0	7	3	10
	%	0,0%	70,0%	30,0%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	1	4	0	5
	%	20,0%	80,0%	0,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	2	3	2	7
	%	28,6%	42,9%	28,6%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	0	1	3	4
	%	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	1	6	3	10
	%	10,0%	60,0%	30,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	0	1	0	1
	%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	1	2	1	4
	%	25,0%	50,0%	25,0%	100,0%
Total	N	5	29	16	50
	%	10,0%	58,0%	32,0%	100,0%



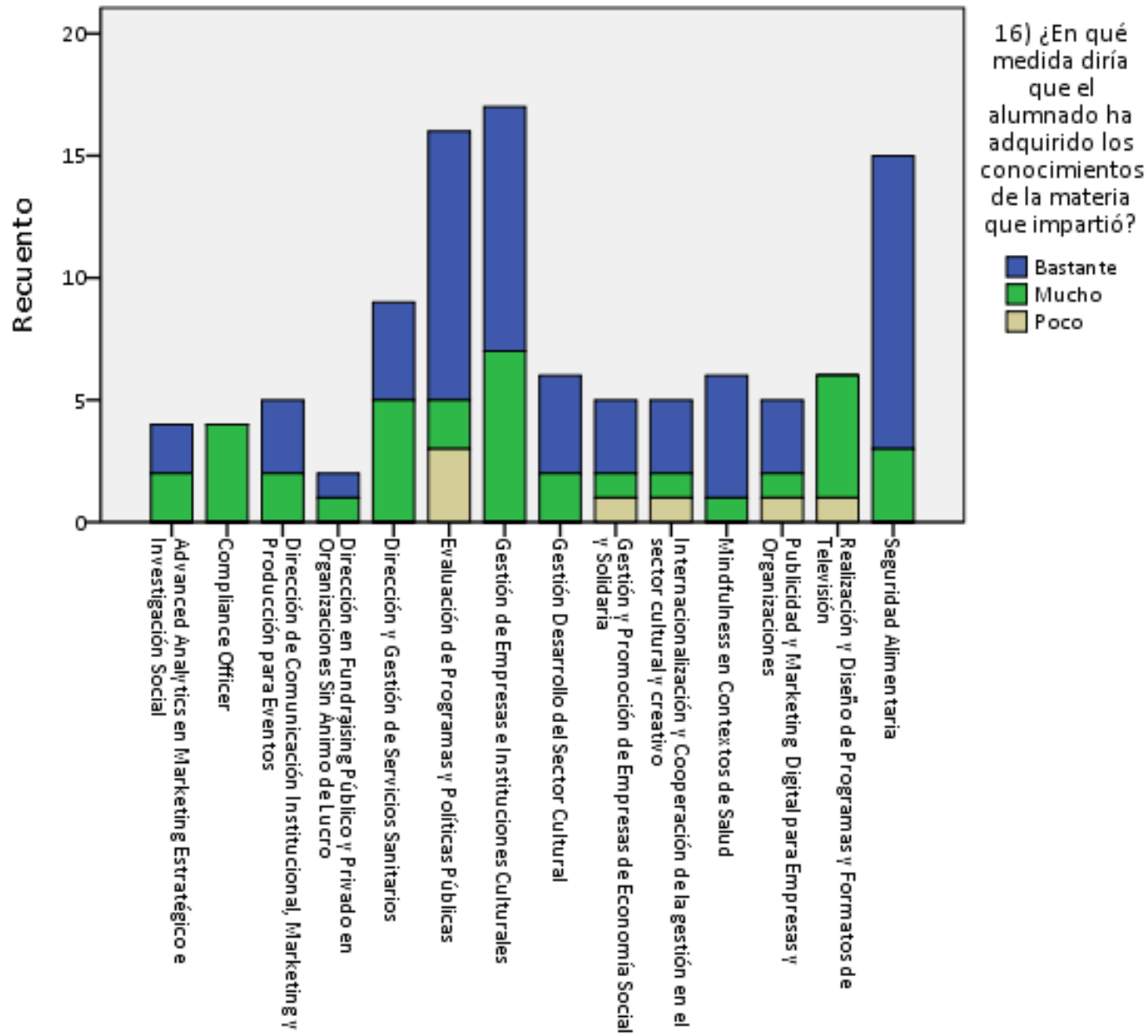


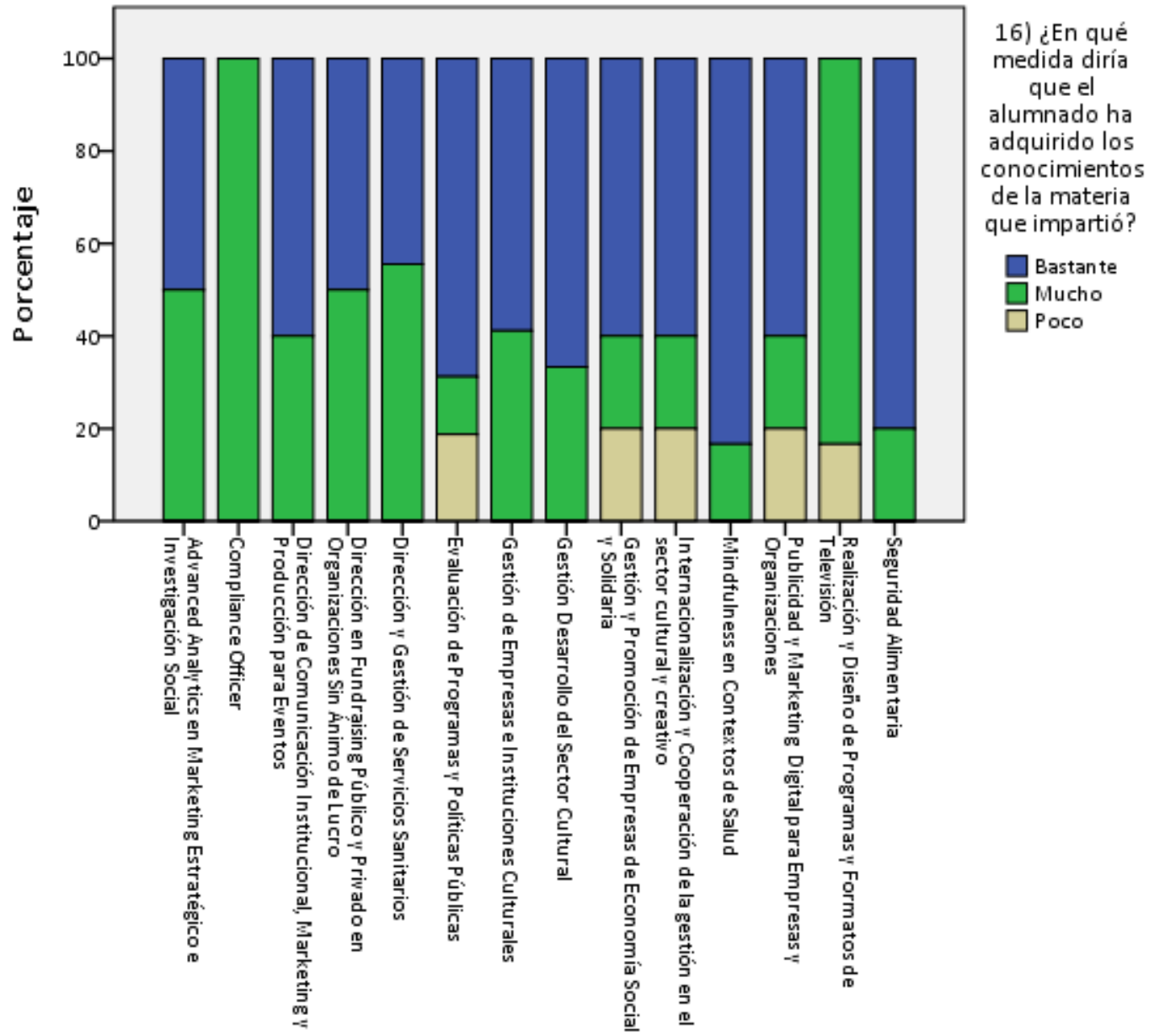
## Conocimiento [DOCENTES]

		16) ¿En qué medida diría que el alumnado ha adquirido los conocimientos de la materia que impartió?			Total
		Bastante	Mucho	Poco	
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	2	2	0	4
	%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	4	0	4
	%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	3	2	0	5
	%	60,0%	40,0%	0,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	1	1	0	2
	%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	4	5	0	9
	%	44,4%	55,6%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	11	2	3	16
	%	68,8%	12,5%	18,8%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	10	7	0	17
	%	58,8%	41,2%	0,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	4	2	0	6
	%	66,7%	33,3%	0,0%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	3	1	1	5
	%	60,0%	20,0%	20,0%	100,0%



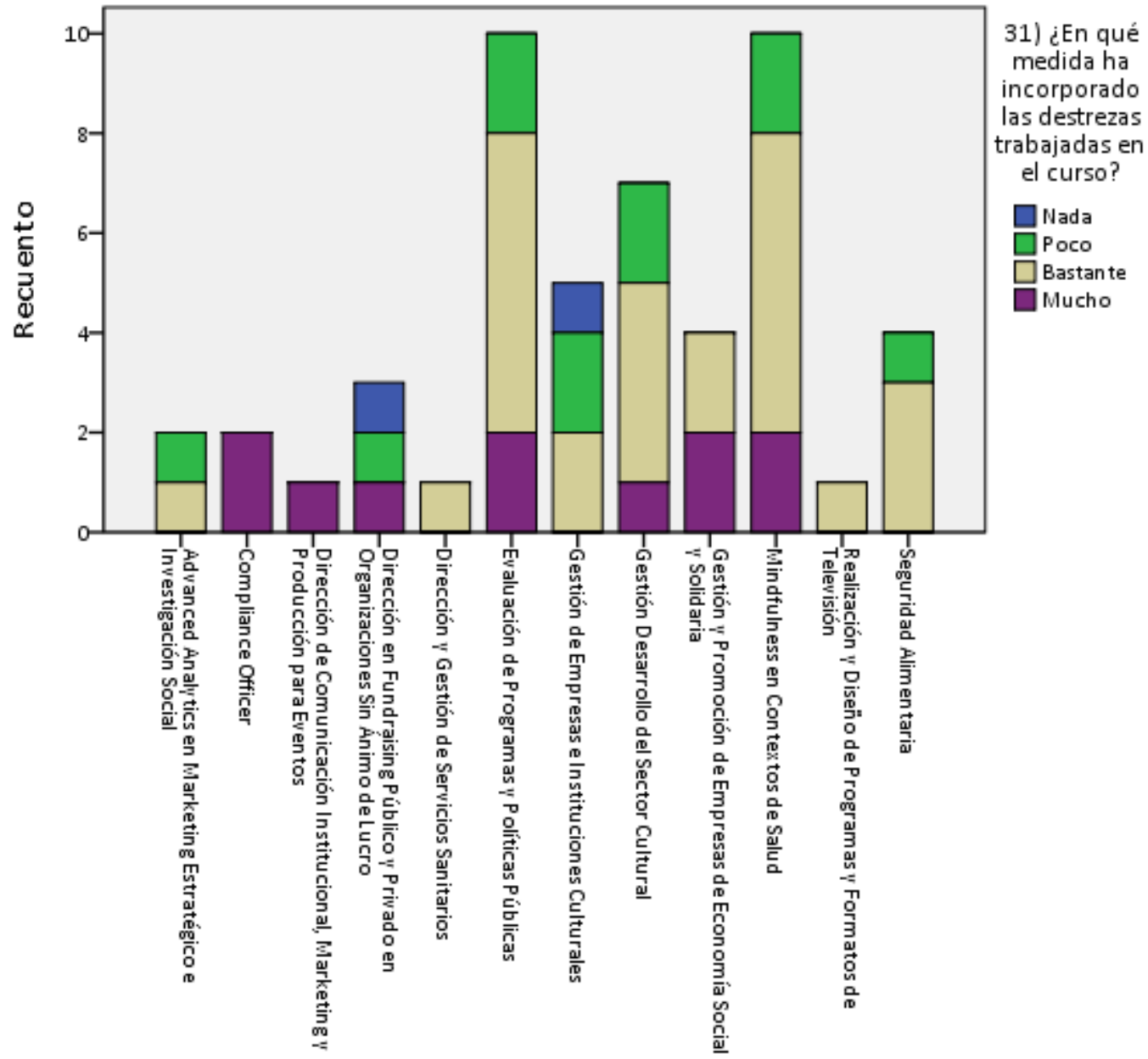
Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	N	3	1	1	5
	%	60,0%	20,0%	20,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	5	1	0	6
	%	83,3%	16,7%	0,0%	100,0%
Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	N	3	1	1	5
	%	60,0%	20,0%	20,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	0	5	1	6
	%	0,0%	83,3%	16,7%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	12	3	0	15
	%	80,0%	20,0%	0,0%	100,0%
Total	N	61	37	7	105
	%?	58,1%	35,2%	6,7%	100,0%

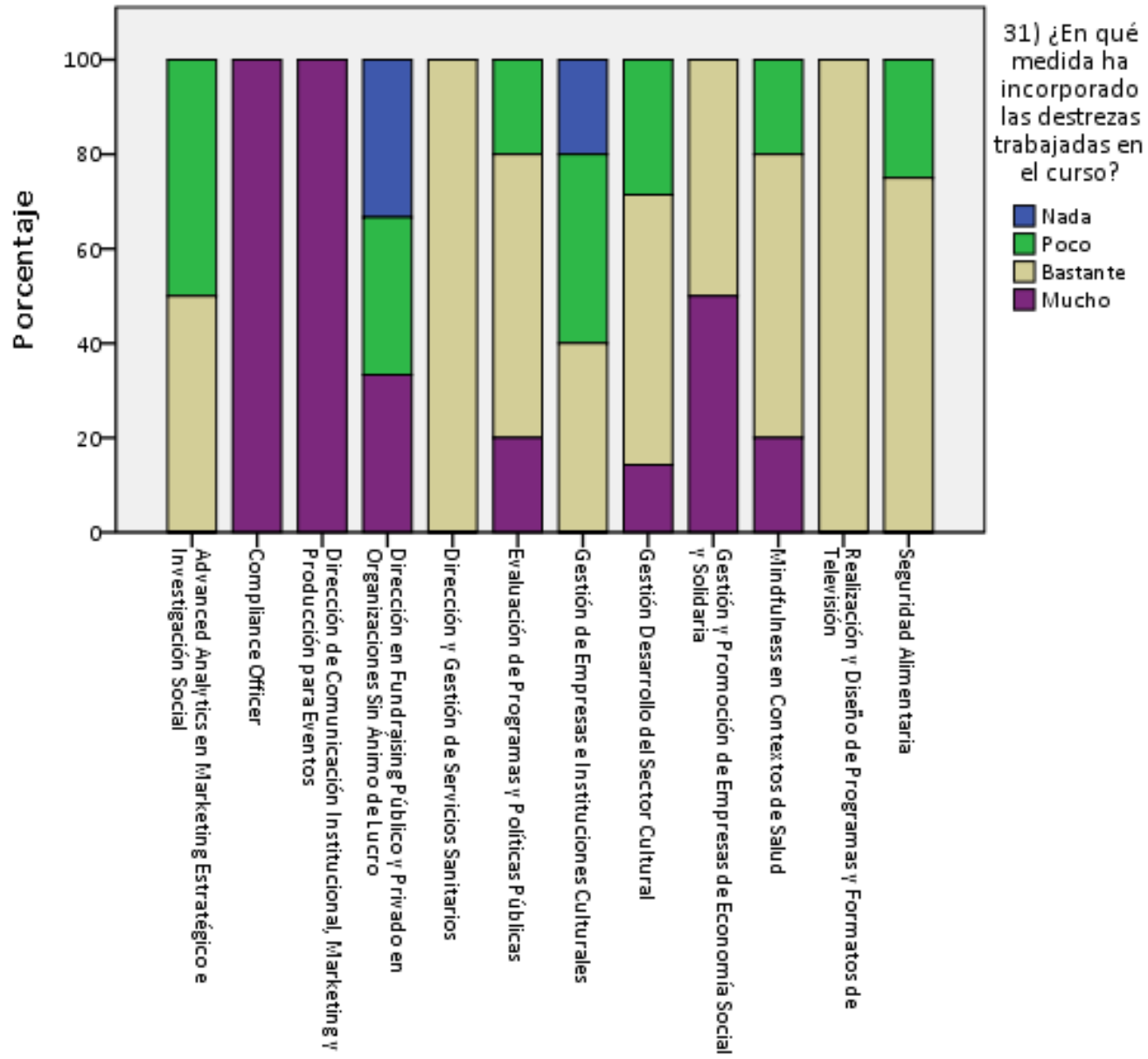




## Competencias [ESTUDIANTES]

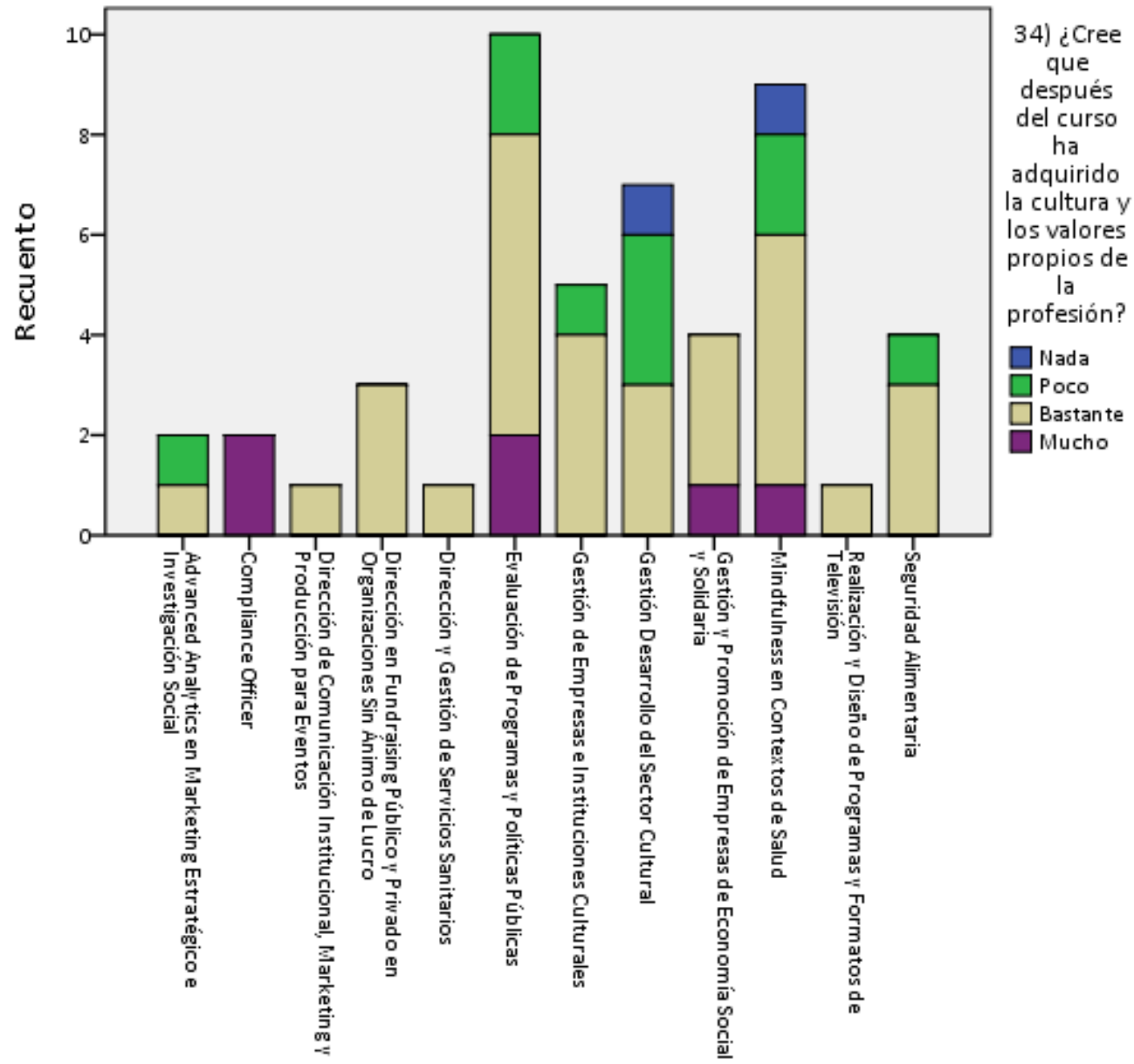
		31) ¿En qué medida ha incorporado las destrezas trabajadas en el curso?				Total
		Nada	Poco	Bastante	Mucho	
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	0	1	1	0	2
	%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	0	0	2	2
	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	1	1	0	1	3
	%	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	0	2	6	2	10
	%	0,0%	20,0%	60,0%	20,0%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	1	2	2	0	5
	%	20,0%	40,0%	40,0%	0,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	0	2	4	1	7
	%	0,0%	28,6%	57,1%	14,3%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	0	0	2	2	4
	%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	0	2	6	2	10
	%	0,0%	20,0%	60,0%	20,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	0	1	3	0	4
	%	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%	100,0%
Total	N	2	11	26	11	50
	%	4,0%	22,0%	52,0%	22,0%	100,0%



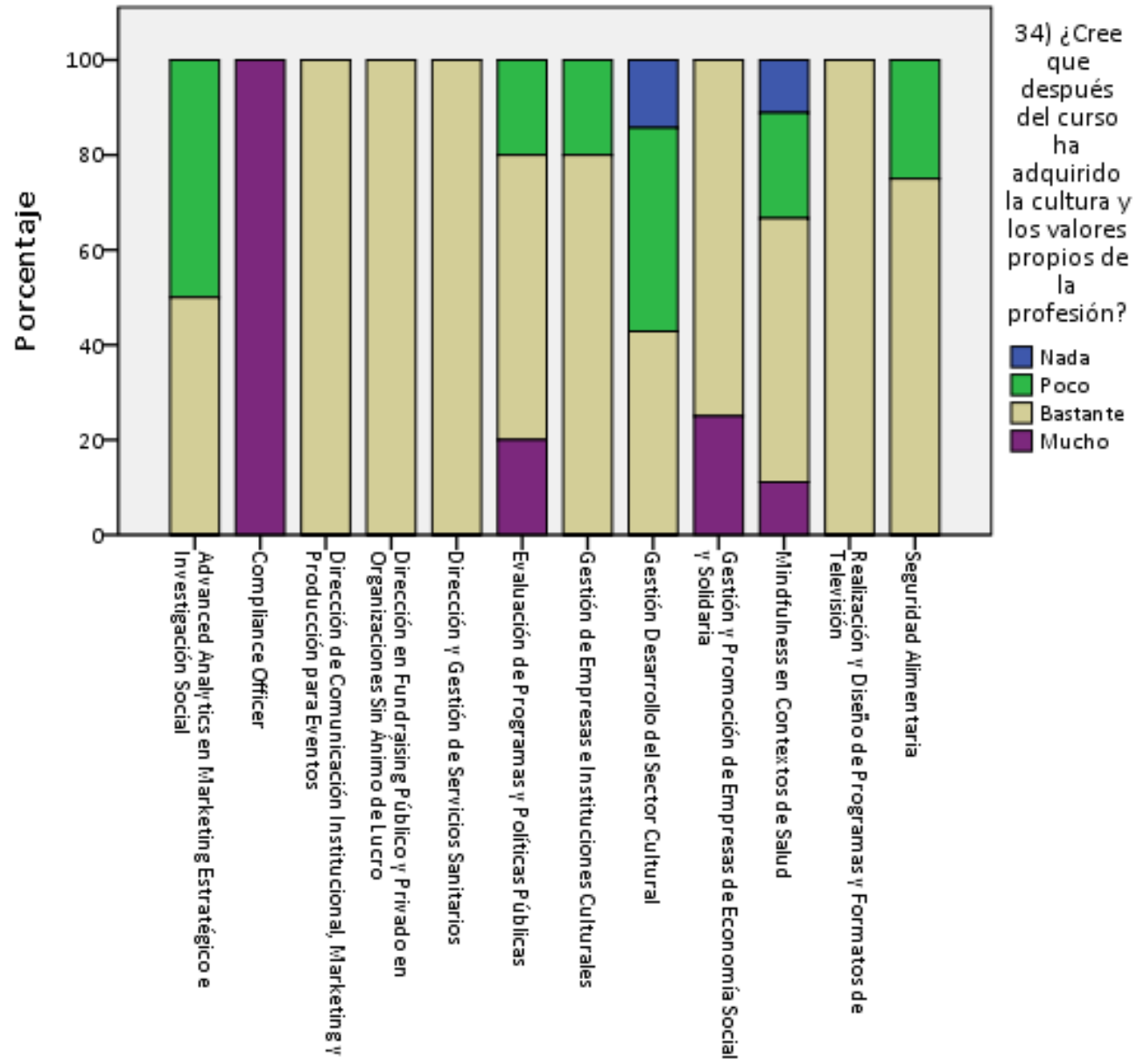


## Valores, cultura actitudes [ESTUDIANTES]

		34) ¿Cree que después del curso ha adquirido la cultura y los valores propios de la profesión?				Total
		Nada	Poco	Bastante	Mucho	
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	0	1	1	0	2
	%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	0	0	2	2
	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	0	0	3	0	3
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	0	2	6	2	10
	%	0,0%	20,0%	60,0%	20,0%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	0	1	4	0	5
	%	0,0%	20,0%	80,0%	0,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	1	3	3	0	7
	%	14,3%	42,9%	42,9%	0,0%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	0	0	3	1	4
	%	0,0%	0,0%	75,0%	25,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	1	2	5	1	9
	%	11,1%	22,2%	55,6%	11,1%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	0	1	3	0	4
	%	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%	100,0%
Total	N	2	10	31	6	49
	%	4,1%	20,4%	63,3%	12,2%	100,0%

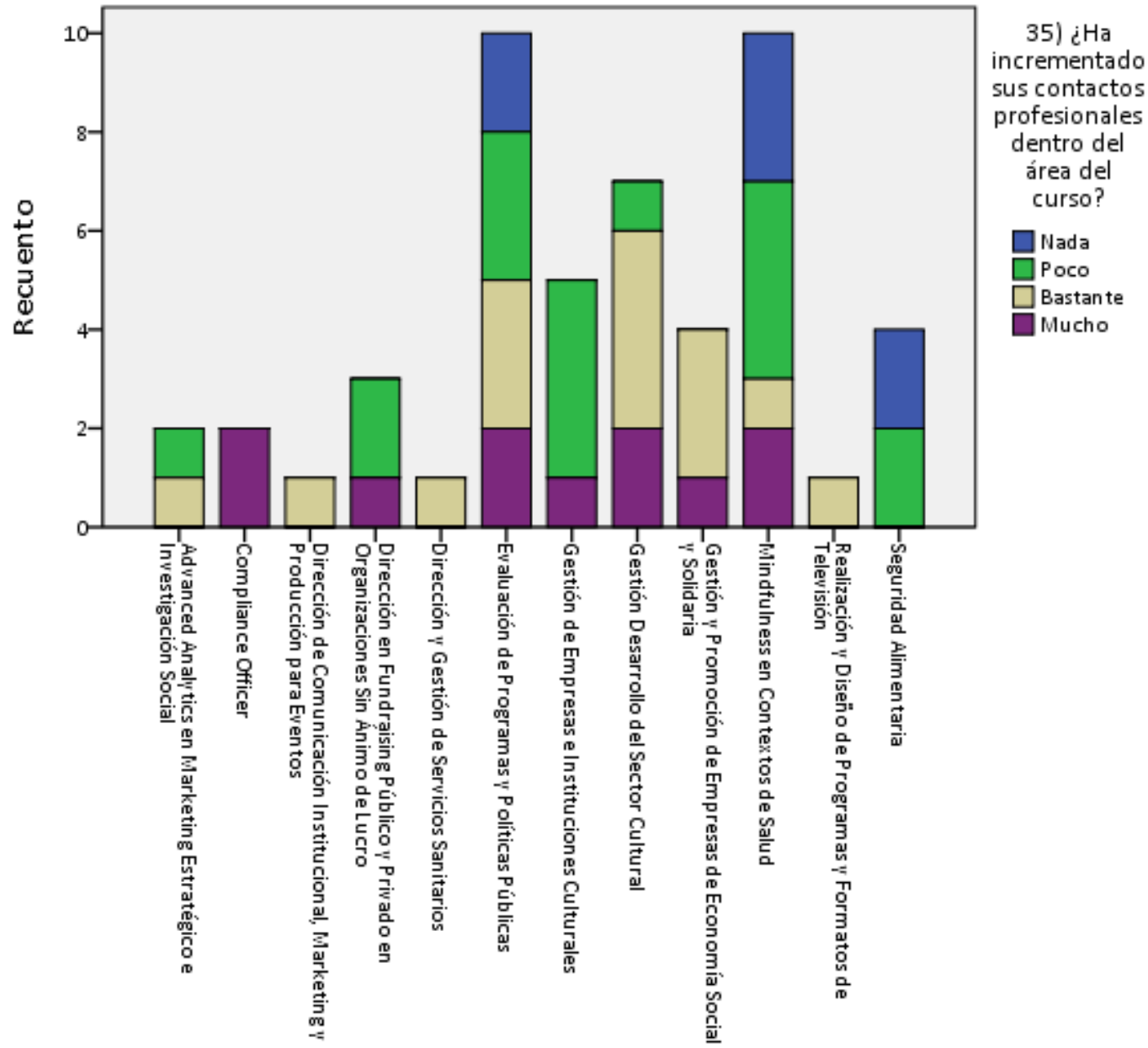


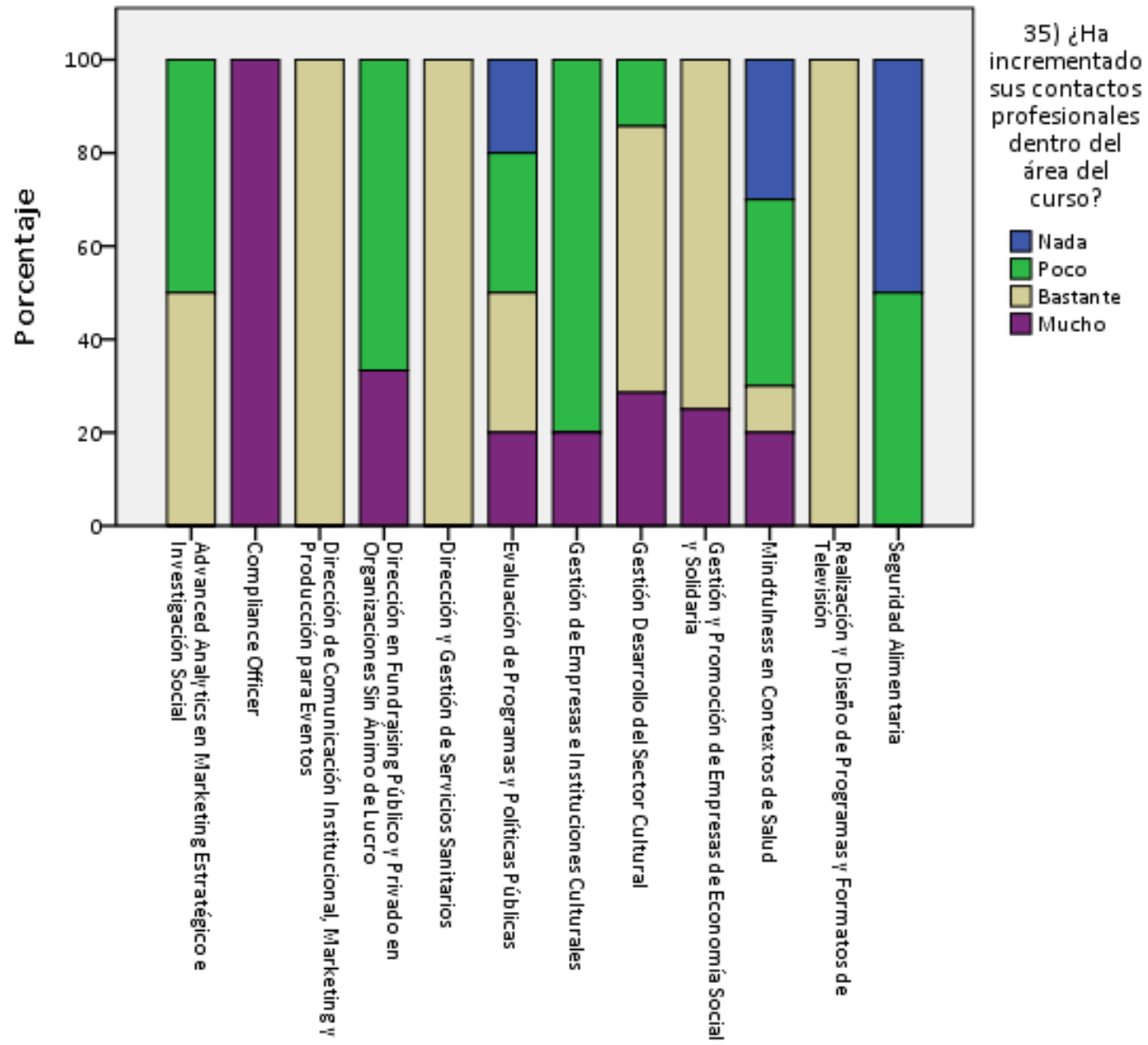




## Establecer contactos, conectividad [ESTUDIANTES]

		35) ¿Ha incrementado sus contactos profesionales dentro del área del curso?				Total
		Nada	Poco	Bastante	Mucho	
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	0	1	1	0	2
	%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	0	0	2	2
	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	0	2	0	1	3
	%	0,0%	66,7%	0,0%	33,3%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	2	3	3	2	10
	%	20,0%	30,0%	30,0%	20,0%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	0	4	0	1	5
	%	0,0%	80,0%	0,0%	20,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	0	1	4	2	7
	%	0,0%	14,3%	57,1%	28,6%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	0	0	3	1	4
	%	0,0%	0,0%	75,0%	25,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	3	4	1	2	10
	%	30,0%	40,0%	10,0%	20,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	2	2	0	0	4
	%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total	N	7	17	15	11	50
	%	14,0%	34,0%	30,0%	22,0%	100,0%





## Productos

### Disposición del alumnado [ESTUDIANTES]

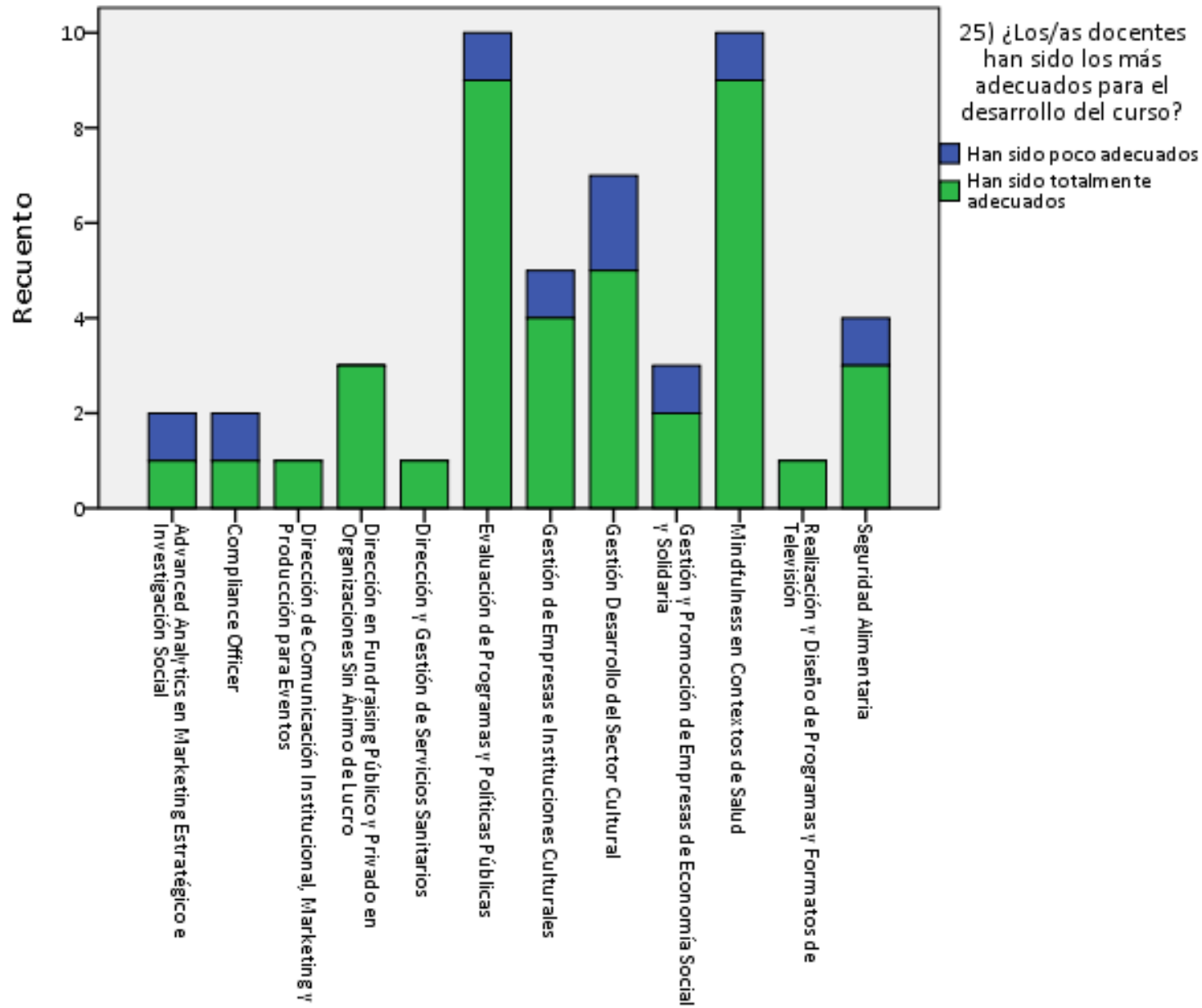
		N	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo
16) ¿Cómo valoraría su <b>actitud</b> durante el desarrollo del curso?	Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	2	9,00	1,414	8	10
	Compliance Officer	2	9,00	,000	9	9
	Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	1	10,00	.	10	10
	Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	3	8,67	1,528	7	10
	Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	1	10,00	.	10	10
	Evaluación de Programas y Políticas Públicas	10	8,70	,949	7	10
	Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	5	9,00	1,000	8	10
	Gestión Desarrollo del Sector Cultural	7	8,14	2,410	3	10
	Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	4	6,75	2,062	4	9
	Mindfulness en Contextos de Salud	8	7,50	1,927	5	10
	Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	1	8,00	.	8	8
	Seguridad Alimentaria	4	7,75	,957	7	9
	Total	48	8,27	1,621	3	10
17) ¿Cómo valorarías tu <b>trabajo</b> durante el desarrollo del curso?	Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	2	8,50	,707	8	9
	Compliance Officer	2	9,00	,000	9	9
	Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	1	10,00	.	10	10
	Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	3	8,67	1,528	7	10
	Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	1	10,00	.	10	10

*Evaluación CSEG: datos desagregados por Másteres*

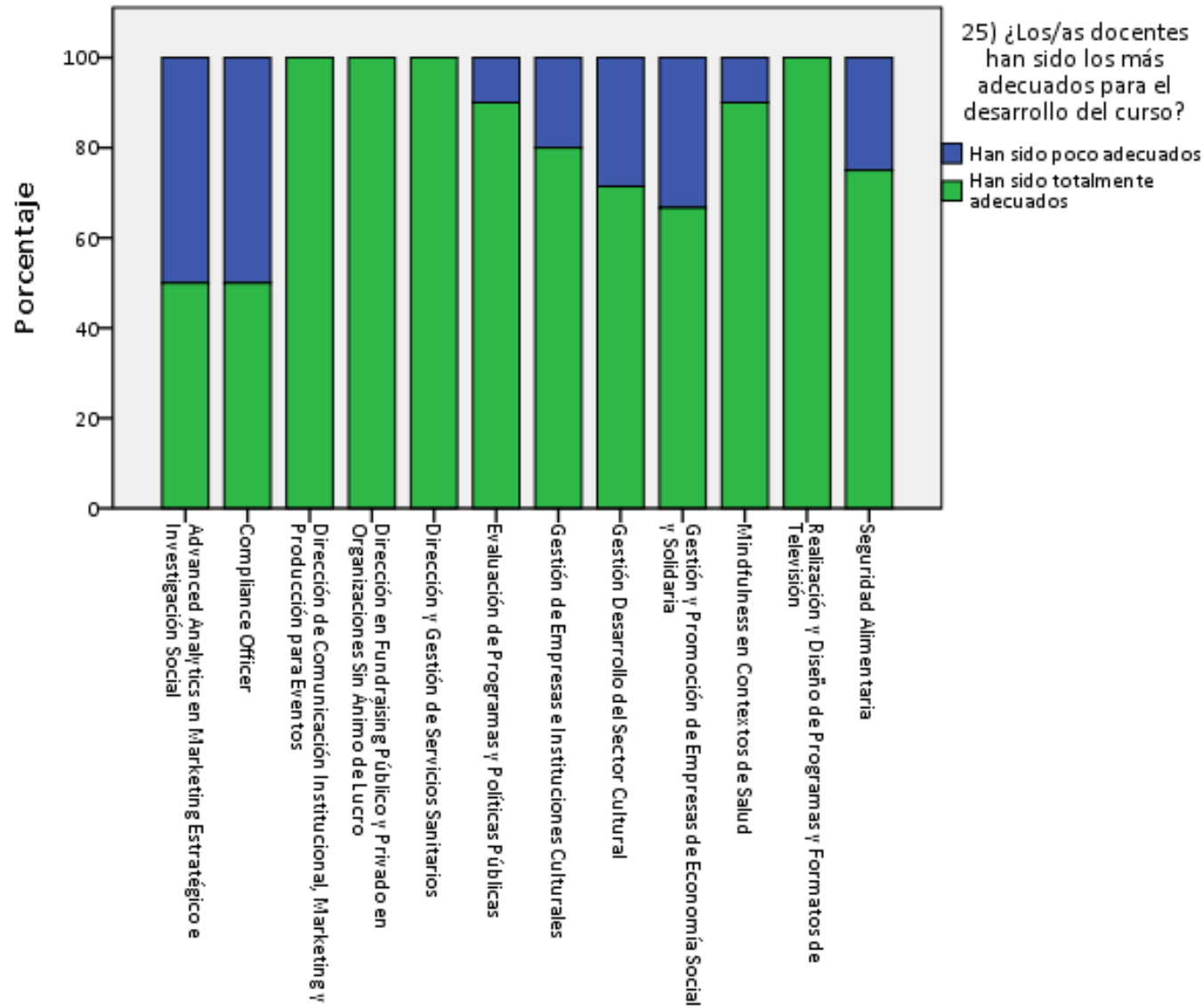
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	10	8,10	,568	7	9
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	5	8,60	,894	8	10
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	7	8,14	2,854	2	10
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	3	7,67	1,155	7	9
Mindfulness en Contextos de Salud	7	7,29	2,138	4	10
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	1	8,00	.	8	8
Seguridad Alimentaria	4	7,75	,957	7	9
Total	46	8,15	1,563	2	10

## Docentes [ESTUDIANTES]

		25) ¿Los/as docentes han sido los más adecuados para el desarrollo del curso?		
		Han sido poco adecuados	Han sido totalmente adecuados	Total
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	1	1	2
	%	50,0%	50,0%	100,0%
Compliance Officer	N	1	1	2
	%	50,0%	50,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	0	1	1
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	0	3	3
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	0	1	1
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	1	9	10
	%	10,0%	90,0%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	1	4	5
	%	20,0%	80,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	2	5	7
	%	28,6%	71,4%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	1	2	3
	%	33,3%	66,7%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	1	9	10
	%	10,0%	90,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	0	1	1
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	1	3	4
	%	25,0%	75,0%	100,0%
Total	N	9	40	49
	%	18,4%	81,6%	100,0%







## Docentes [DOCENTES]

3) De los siguientes factores, ¿cuáles contribuyen más a su decisión de dar clase en el curso? Valórelo en la siguiente escala de 0 a 10.

3.1) Motivación por la docencia	N	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	4	10,00	,000	10	10
Compliance Officer	4	9,25	,957	8	10
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	5	9,60	,548	9	10
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	9,50	,707	9	10
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	9	8,89	,782	8	10
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	16	8,38	2,062	3	10
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	17	9,35	,931	7	10
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	8,33	1,633	6	10
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	9,40	,894	8	10
Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	8,80	1,304	7	10
Mindfulness en Contextos de Salud	6	9,50	,837	8	10
Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	8,20	2,168	5	10
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	9,33	,816	8	10
Seguridad Alimentaria	16	8,75	1,125	6	10
Total	106	8,98	1,309	3	10

		N	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo
<b>3.2) Me sirve para reciclarme / actualizarme profesionalmente</b>	Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	4	8,00	,816	7	9
	Compliance Officer	4	7,00	3,162	3	10
	Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	5	8,20	1,789	6	10
	Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	8,50	,707	8	9
	Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	9	8,00	,707	7	9
	Evaluación de Programas y Políticas Públicas	16	7,75	2,082	3	10
	Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	17	6,29	2,710	1	10
	Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	8,83	,983	7	10
	Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	6,80	2,387	4	10
	Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	7,20	2,168	4	10
	Mindfulness en Contextos de Salud	6	6,67	4,082	0	10
	Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	6,60	3,209	1	9
	Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	7,67	3,386	1	10
	Seguridad Alimentaria	17	6,47	3,223	0	9
	Total	107	7,22	2,556	0	10

## 3.3) Prestigio del curso

Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	4	7,75	2,217	5	10
Compliance Officer	4	9,00	1,414	7	10
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	5	8,60	2,191	5	10
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	6,50	,707	6	7
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	9	7,22	1,302	5	9
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	16	8,25	1,653	5	10
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	17	7,29	2,469	3	10
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	8,83	1,472	6	10
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	5,00	2,121	2	7
Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	7,80	2,168	5	10
Mindfulness en Contextos de Salud	6	7,33	3,882	0	10
Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	6,60	1,517	5	8
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	7,17	3,817	0	10
Seguridad Alimentaria	16	8,06	1,063	7	10
Total	106	7,64	2,165	0	10

## 3.4) Prestigio del centro

Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	4	6,00	4,546	0	10
Compliance Officer	4	8,75	1,258	7	10
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	5	9,20	1,095	8	10
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	8,00	,000	8	8
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	9	8,00	1,000	6	9
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	16	7,25	2,176	2	10
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	17	6,65	2,344	2	10
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	8,83	1,472	6	10
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	5,00	1,871	2	7
Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	8,20	2,049	6	10
Mindfulness en Contextos de Salud	6	7,00	3,578	0	10
Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	6,40	1,517	5	8
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	7,33	2,875	2	10
Seguridad Alimentaria	16	7,75	1,065	6	10
Total	106	7,39	2,202	0	10

## 3.5) Prestigio UCM

Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	4	7,50	2,082	5	10
Compliance Officer	4	9,75	,500	9	10
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	5	9,20	1,095	8	10
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	9,00	1,414	8	10
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	9	8,89	1,269	6	10
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	16	7,81	1,642	5	10
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	17	7,88	2,315	3	10
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	9,00	1,549	6	10
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	6,60	,894	5	7
Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	9,20	,837	8	10
Mindfulness en Contextos de Salud	6	8,83	1,169	7	10
Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	8,00	1,225	6	9
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	7,50	2,811	2	10
Seguridad Alimentaria	17	8,24	,970	7	10
Total	107	8,25	1,677	2	10

3.6) Méritos profesionales para mi CV	Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	4	7,50	1,732	5	9
	Compliance Officer	4	8,75	1,258	7	10
	Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	5	9,00	1,414	7	10
	Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	9,50	,707	9	10
	Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	9	6,78	1,641	4	9
	Evaluación de Programas y Políticas Públicas	16	5,88	2,579	0	10
	Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	17	6,00	2,622	1	10
	Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	6,33	2,338	2	9
	Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	4,20	2,588	0	7
	Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	7,20	2,049	5	9
	Mindfulness en Contextos de Salud	6	4,67	3,011	0	9
	Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	5,80	1,095	4	7
	Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	7,50	3,728	0	10
	Seguridad Alimentaria	17	5,47	2,809	1	10
	Total	107	6,32	2,619	0	10

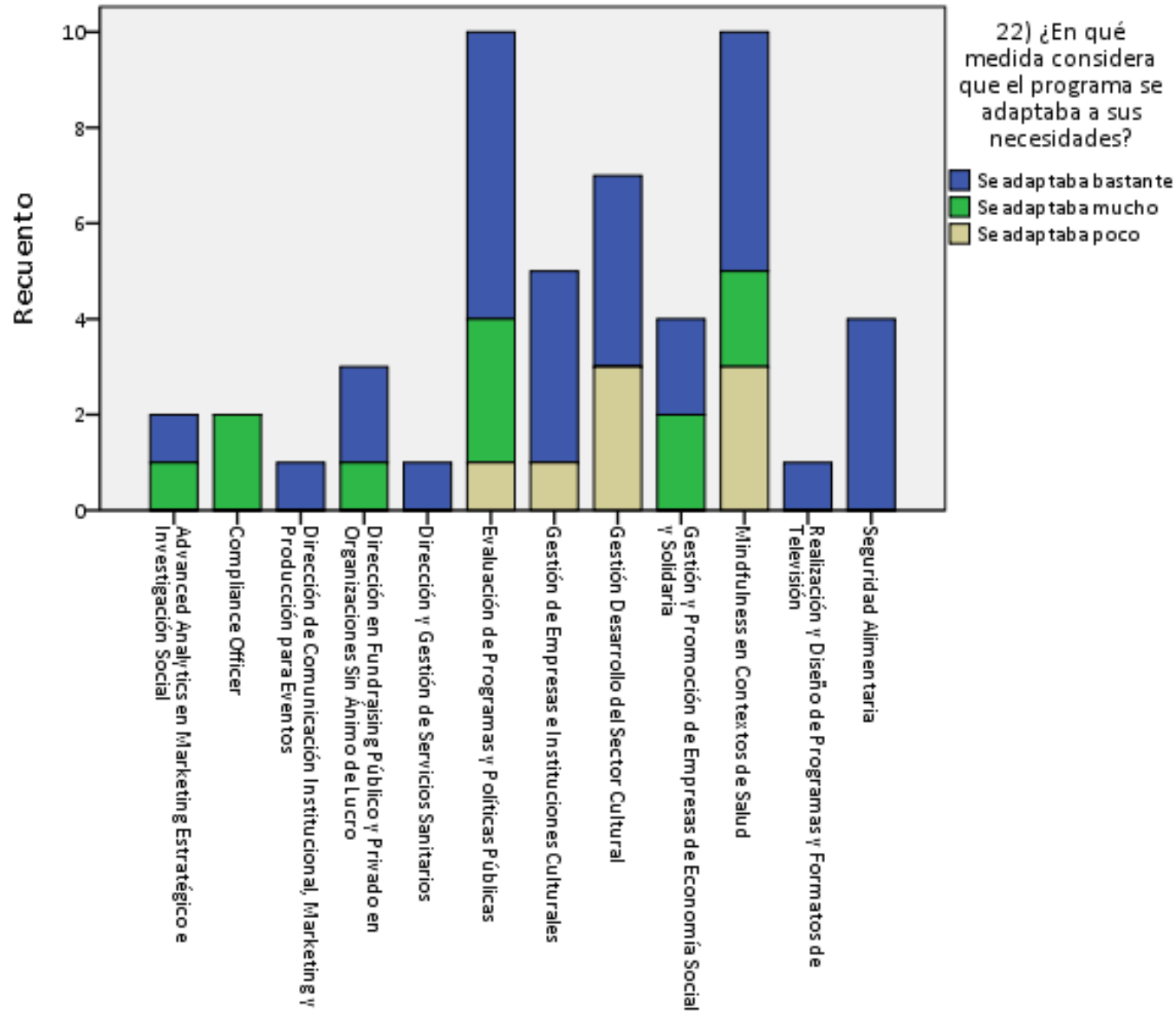
## 3.7) Remuneración

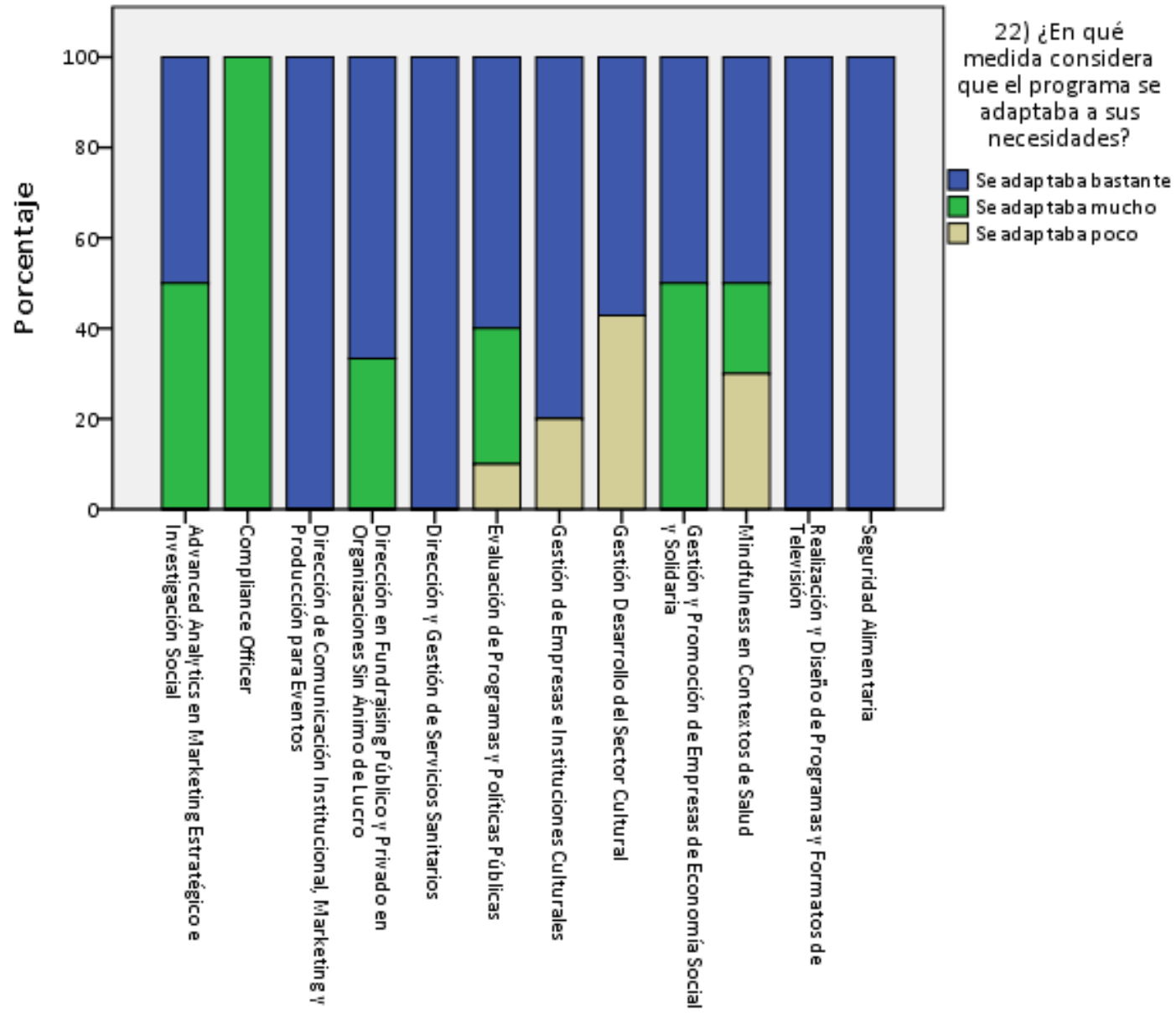
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	4	4,25	3,403	1	9
Compliance Officer	4	5,25	3,594	0	8
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	5	7,60	1,949	5	10
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	3,50	4,950	0	7
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	8	4,75	2,252	0	7
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	16	4,88	2,849	0	10
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	17	5,47	2,503	1	10
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	6,67	1,211	5	8
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	2,80	3,114	0	7
Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	6,40	2,074	4	9
Mindfulness en Contextos de Salud	6	4,17	3,971	0	9
Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	6,60	,894	6	8
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	6,17	3,710	1	10
Seguridad Alimentaria	17	3,59	3,299	0	10
Total	106	5,04	2,950	0	10



## Programas [ESTUDIANTES]

		22) ¿En qué medida considera que el programa se adaptaba a sus necesidades?			
		Se adaptaba bastante	Se adaptaba mucho	Se adaptaba poco	Total
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	1	1	0	2
	%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	2	0	2
	%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	1	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	2	1	0	3
	%	66,7%	33,3%	0,0%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	1	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	6	3	1	10
	%	60,0%	30,0%	10,0%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	4	0	1	5
	%	80,0%	0,0%	20,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	4	0	3	7
	%	57,1%	0,0%	42,9%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	2	2	0	4
	%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	5	2	3	10
	%	50,0%	20,0%	30,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	1	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	4	0	0	4
	%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total	N	31	11	8	50
	%	62,0%	22,0%	16,0%	100,0%





## Programas [ESTUDIANTES]

21) ¿Cómo valoraría la información que le ofrecieron desde el curso sobre los contenidos del programa? (sobre 10, siendo 10 el máximo)

	N	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo
<b>21.1) Incompletos - Muy completos</b>					
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	2	7,50	,707	7	8
Compliance Officer	2	8,00	,000	8	8
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	1	8,00	.	8	8
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	3	8,00	1,000	7	9
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	1	8,00	.	8	8
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	10	8,30	1,567	5	10
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	5	7,00	2,828	2	9
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	7	5,14	2,268	1	7
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	4	7,75	,957	7	9
Mindfulness en Contextos de Salud	10	6,90	2,132	3	10
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	1	8,00	.	8	8
Seguridad Alimentaria	4	6,50	1,732	4	8
Total	50	7,18	1,976	1	10

21.2) Poco variados - Muy variados	Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	2	8,50	,707	8	9
	Compliance Officer	2	7,50	,707	7	8
	Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	1	8,00	.	8	8
	Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	7,00	1,414	6	8
	Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	1	8,00	.	8	8
	Evaluación de Programas y Políticas Públicas	10	8,20	1,398	5	10
	Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	5	6,60	2,702	2	9
	Gestión Desarrollo del Sector Cultural	7	6,00	3,055	1	10
	Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	4	8,50	1,291	7	10
	Mindfulness en Contextos de Salud	10	7,00	1,633	3	9
	Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	1	8,00	.	8	8
	Seguridad Alimentaria	4	6,75	1,893	4	8
	Total	49	7,31	1,939	1	10

21.3) Desactualizados - Muy actualizados	Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	2	8,50	,707	8	9
	Compliance Officer	2	9,00	1,414	8	10
	Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	1	10,00	.	10	10
	Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	9,00	1,414	8	10
	Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	1	8,00	.	8	8
	Evaluación de Programas y Políticas Públicas	10	8,30	1,567	5	10
	Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	5	7,20	1,304	5	8
	Gestión Desarrollo del Sector Cultural	7	6,00	2,000	2	8
	Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	4	8,00	1,826	6	10
	Mindfulness en Contextos de Salud	10	7,80	1,932	3	10
	Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	1	8,00	.	8	8
	Seguridad Alimentaria	4	8,25	1,708	6	10
	Total	49	7,82	1,764	2	10

## Programas [DOCENTES]

10) ¿Cómo valoraría los contenidos del Programa que configuran el curso en el que impartió clase? (sobre 10, siendo 10 el máximo)

	N	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo
<b>10.1) Incompletos - Muy completos</b>					
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	4	8,50	1,000	7	9
Compliance Officer	4	8,50	1,291	7	10
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	5	8,80	1,643	7	10
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	8,50	,707	8	9
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	8	8,50	,926	7	10
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	16	9,13	1,088	7	10
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	17	8,82	1,131	7	10
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	8,50	1,871	5	10
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	8,20	,837	7	9
Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	7,40	1,673	5	9
Mindfulness en Contextos de Salud	6	7,67	1,751	5	10
Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	6,40	2,408	3	9
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	8,50	2,345	4	10
Seguridad Alimentaria	14	8,79	,893	7	10
Total	103	8,49	1,448	3	10

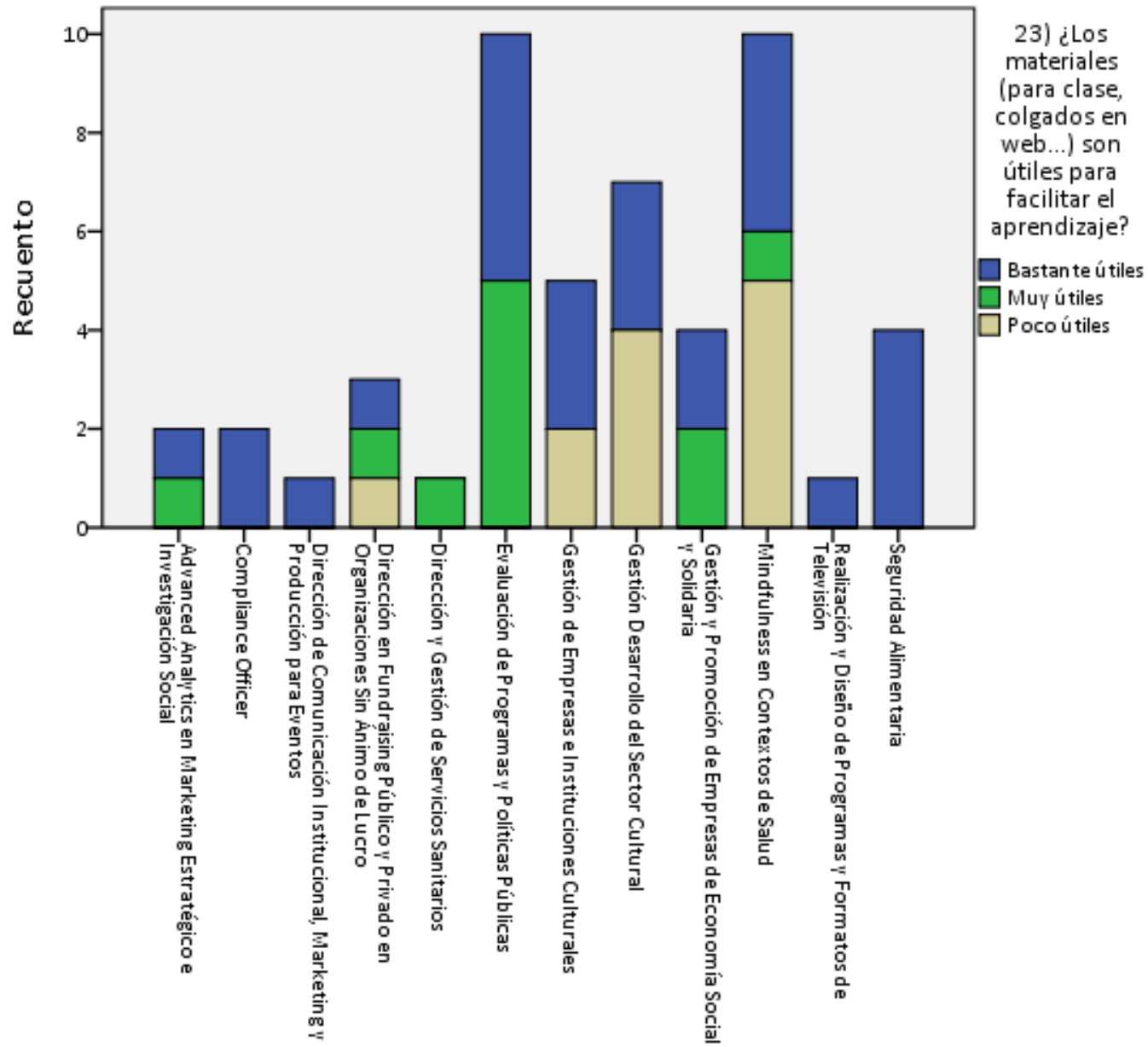
10.2) Poco variados - Muy variados	Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	4	8,25	2,217	5	10
	Compliance Officer	4	9,25	,957	8	10
	Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	5	8,20	2,490	5	10
	Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	8,00	,000	8	8
	Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	8	8,75	1,035	7	10
	Evaluación de Programas y Políticas Públicas	16	8,25	1,693	5	10
	Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	16	8,63	1,025	7	10
	Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	8,67	1,506	6	10
	Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	8,00	,707	7	9
	Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	7,00	1,414	5	9
	Mindfulness en Contextos de Salud	6	7,33	1,366	5	9
	Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	6,60	2,074	4	9
	Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	8,50	2,345	4	10
	Seguridad Alimentaria	14	8,29	1,326	6	10
	Total	102	8,22	1,552	4	10

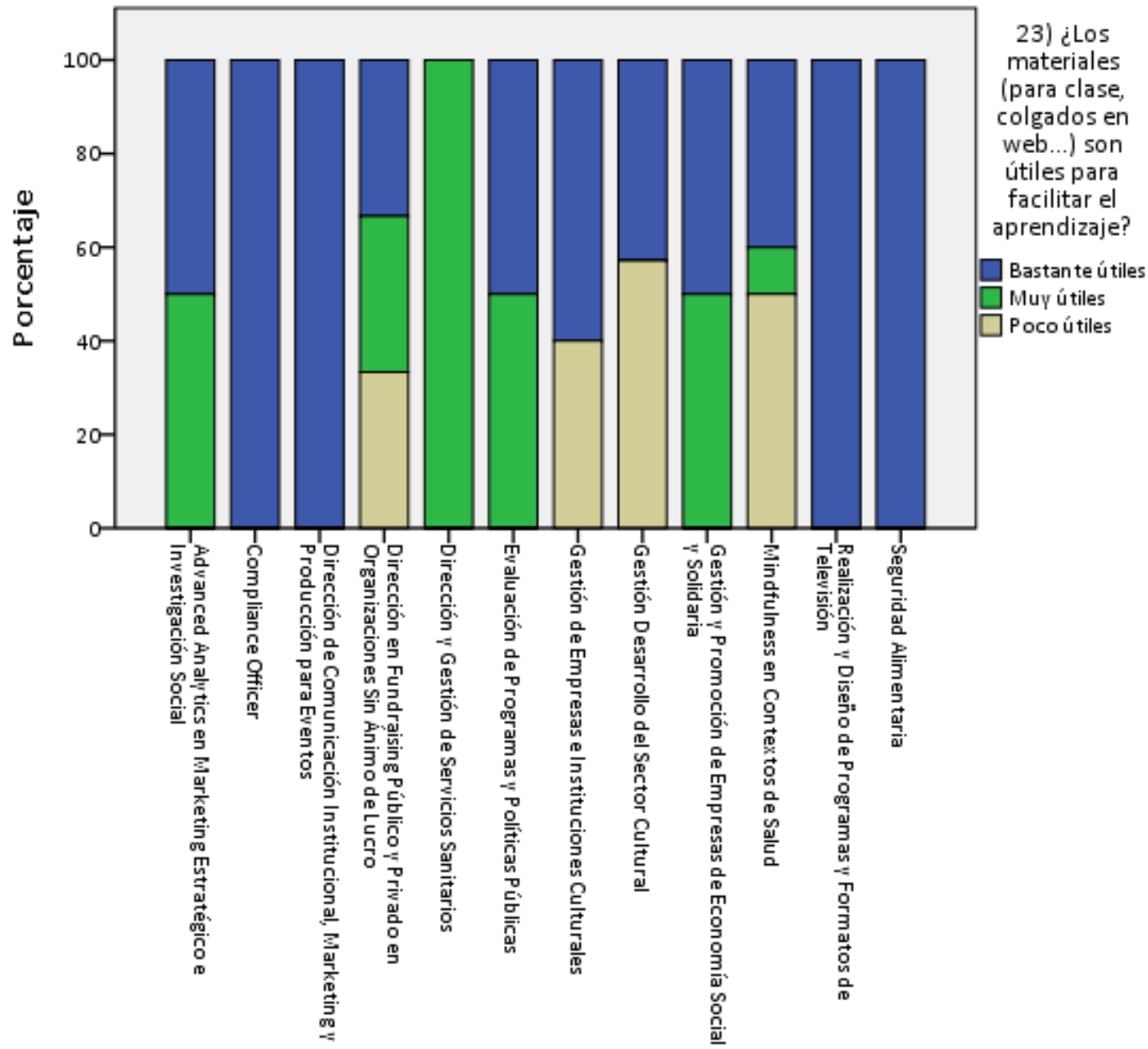


10.3) Poco actualizados - Muy actualizados	Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	4	8,75	1,258	7	10
	Compliance Officer	4	9,25	,500	9	10
	Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	5	8,40	2,302	5	10
	Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	8,50	,707	8	9
	Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	8	8,38	1,506	5	10
	Evaluación de Programas y Políticas Públicas	16	8,88	1,258	6	10
	Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	16	8,75	1,000	7	10
	Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	8,33	2,251	4	10
	Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	8,60	1,140	7	10
	Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	8,00	1,581	6	10
	Mindfulness en Contextos de Salud	6	8,33	2,066	5	10
	Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	6,60	2,510	3	9
	Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	8,67	1,751	6	10
	Seguridad Alimentaria	13	8,69	1,316	5	10
	Total	101	8,52	1,520	3	10

## Materiales [ESTUDIANTES]

		23) ¿Los materiales (para clase, colgados en web...) son útiles para facilitar el aprendizaje?			
		Bastante útiles	Muy útiles	Poco útiles	Total
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	1	1	0	2
	%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Compliance Officer	N	2	0	0	2
	%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	1	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	1	1	1	3
	%	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	0	1	0	1
	%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	5	5	0	10
	%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	3	0	2	5
	%	60,0%	0,0%	40,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	3	0	4	7
	%	42,9%	0,0%	57,1%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	2	2	0	4
	%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	4	1	5	10
	%	40,0%	10,0%	50,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	1	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	4	0	0	4
	%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total	N	27	11	12	50
	%	54,0%	22,0%	24,0%	100,0%





## Procesos de los cursos

### P01. Dirección [DOCENTES]

		N	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo
<b>7.1) Orientaciones metodológicas recibidas para preparar la clase:</b>	Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	3	8,33	1,528	7	10
	Compliance Officer	4	8,00	1,826	6	10
	Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	4	9,00	1,155	8	10
	Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	2,50	3,536	0	5
	Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	9	7,22	,972	6	9
	Evaluación de Programas y Políticas Públicas	15	8,33	2,059	3	10
	Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	17	7,53	2,452	0	10
	Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	8,83	1,472	6	10
	Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	7,80	1,483	6	10
	Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	7,00	2,345	4	9
	Mindfulness en Contextos de Salud	6	7,50	1,871	5	10
	Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	6,00	2,915	3	10
	Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	6,50	3,782	0	10
	Seguridad Alimentaria	16	7,75	1,983	5	10
	Total	103	7,58	2,260	0	10

7.3) Información sobre el  
alumnado:

Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	3	8,33	2,082	6	10
Compliance Officer	4	7,50	2,380	5	10
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	5	8,00	2,000	6	10
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	2,50	3,536	0	5
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	9	7,22	1,394	6	10
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	15	9,20	1,082	7	10
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	17	9,00	1,118	7	10
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	9,00	1,549	6	10
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	7,00	2,449	4	10
Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	7,60	1,949	5	9
Mindfulness en Contextos de Salud	5	5,60	,548	5	6
Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	4,60	2,966	0	8
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	7,83	3,545	1	10
Seguridad Alimentaria	17	7,47	1,586	5	10
Total	104	7,77	2,204	0	10

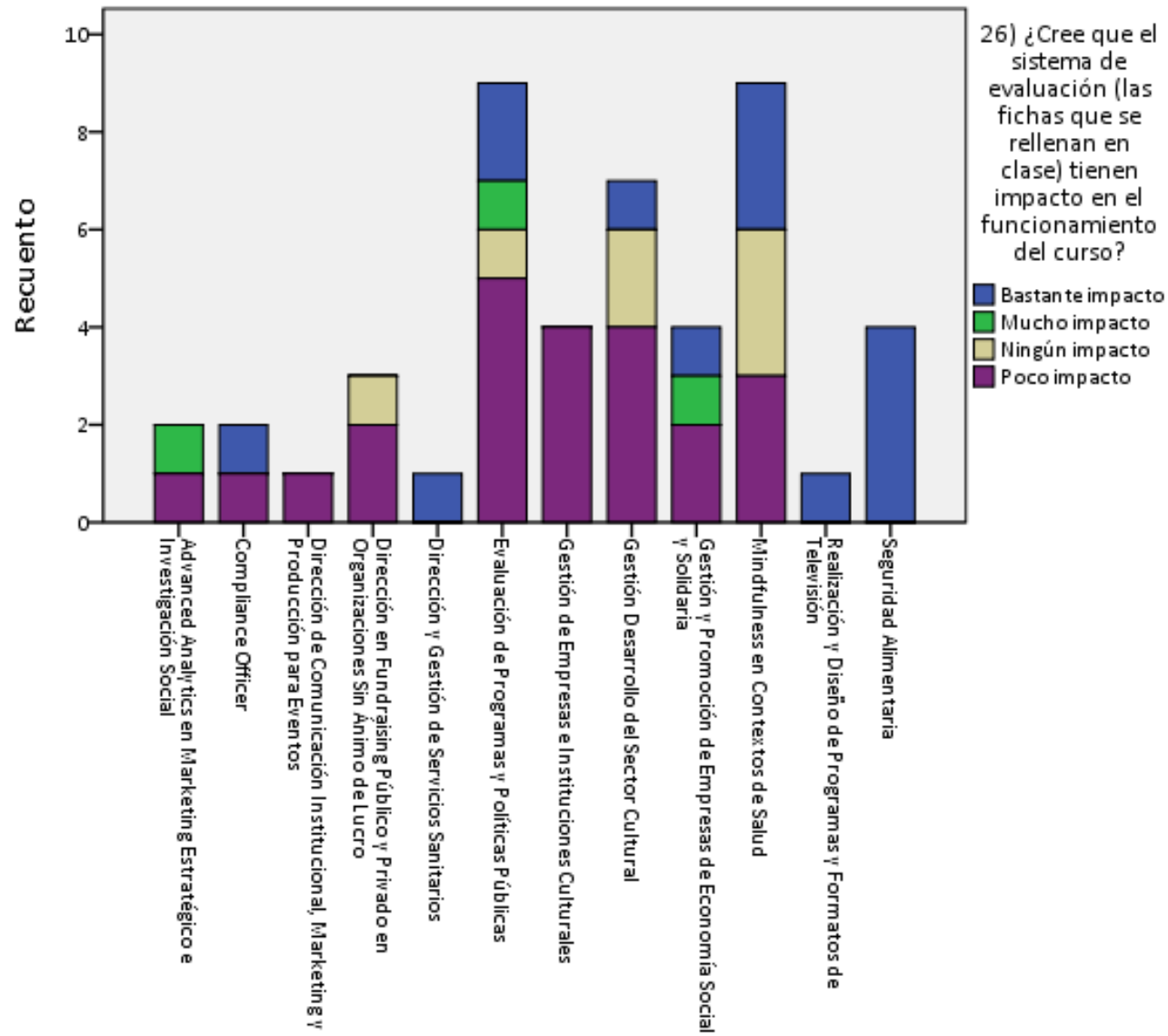
## P02. Programación y planificación

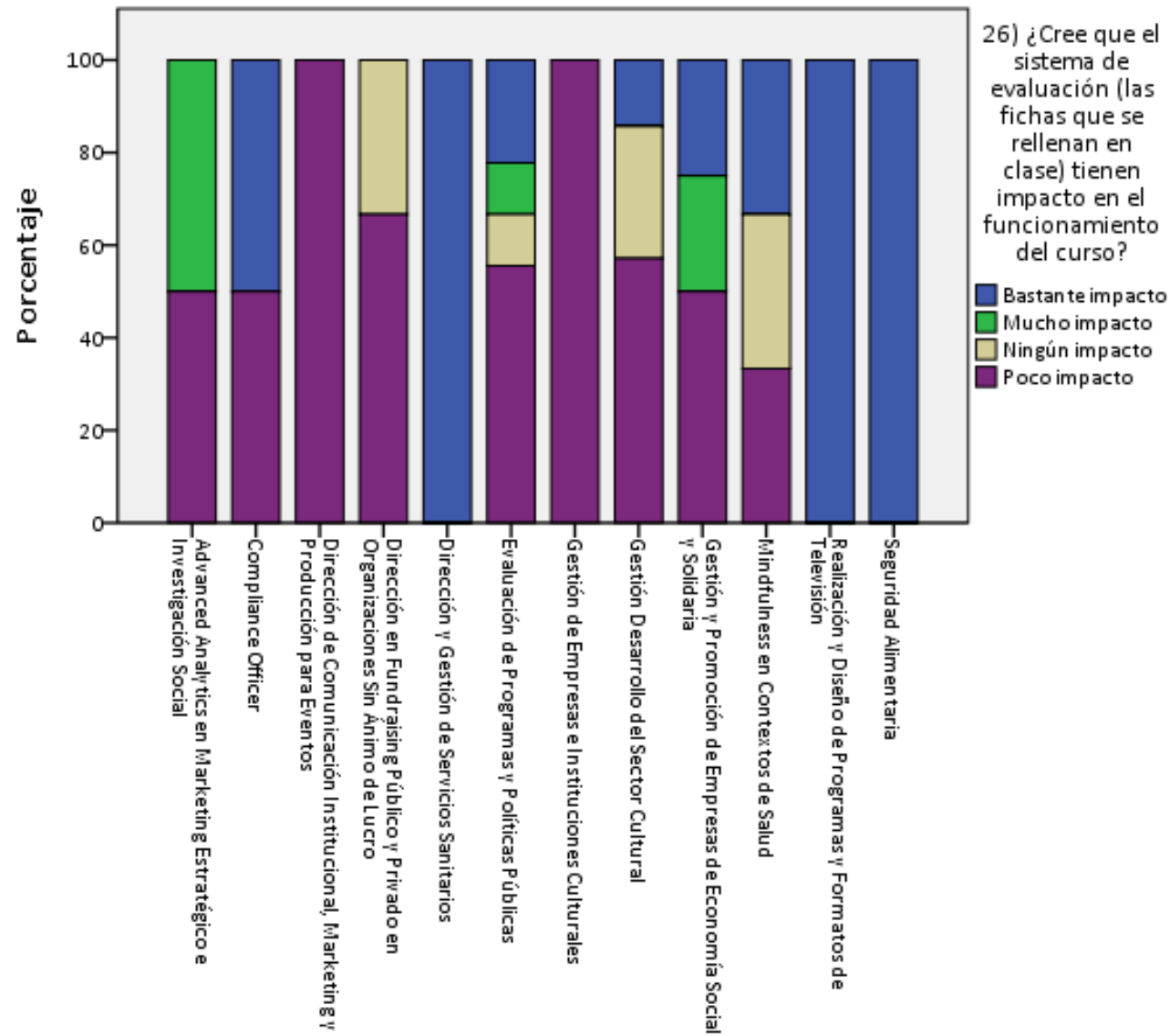
7.5) Momento en que se imparte su clase en el desarrollo del programa general: (sobre 10)	N	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	4	5,50	4,203	0	10
Compliance Officer	4	2,00	3,367	0	7
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	5	8,60	1,342	7	10
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	2,50	3,536	0	5
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	9	5,78	3,114	0	9
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	15	4,53	3,925	0	9
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	17	6,47	3,875	0	10
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	4,00	4,147	0	9
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	6,80	3,834	0	9
Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	5,80	3,701	0	9
Mindfulness en Contextos de Salud	6	7,00	3,162	1	10
Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	7,80	2,280	5	10
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	4,67	5,125	0	10
Seguridad Alimentaria	17	6,59	3,465	0	10
Total	106	5,81	3,724	0	10

## P04. Evaluación [ESTUDIANTES]

		26) ¿Cree que el sistema de evaluación (las fichas que se rellenan en clase) tienen impacto en el funcionamiento del curso?				
		Bastante impacto	Mucho impacto	Ningún impacto	Poco impacto	Total
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	0	1	0	1	2
	%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Compliance Officer	N	1	0	0	1	2
	%	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	0	0	1	2	3
	%	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	1	0	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	2	1	1	5	9
	%	22,2%	11,1%	11,1%	55,6%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	0	0	0	4	4
	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	1	0	2	4	7
	%	14,3%	0,0%	28,6%	57,1%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	1	1	0	2	4
	%	25,0%	25,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	3	0	3	3	9
	%	33,3%	0,0%	33,3%	33,3%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	1	0	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	4	0	0	0	4
	%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total	N	14	3	7	23	47
	%	29,8%	6,4%	14,9%	48,9%	100,0%



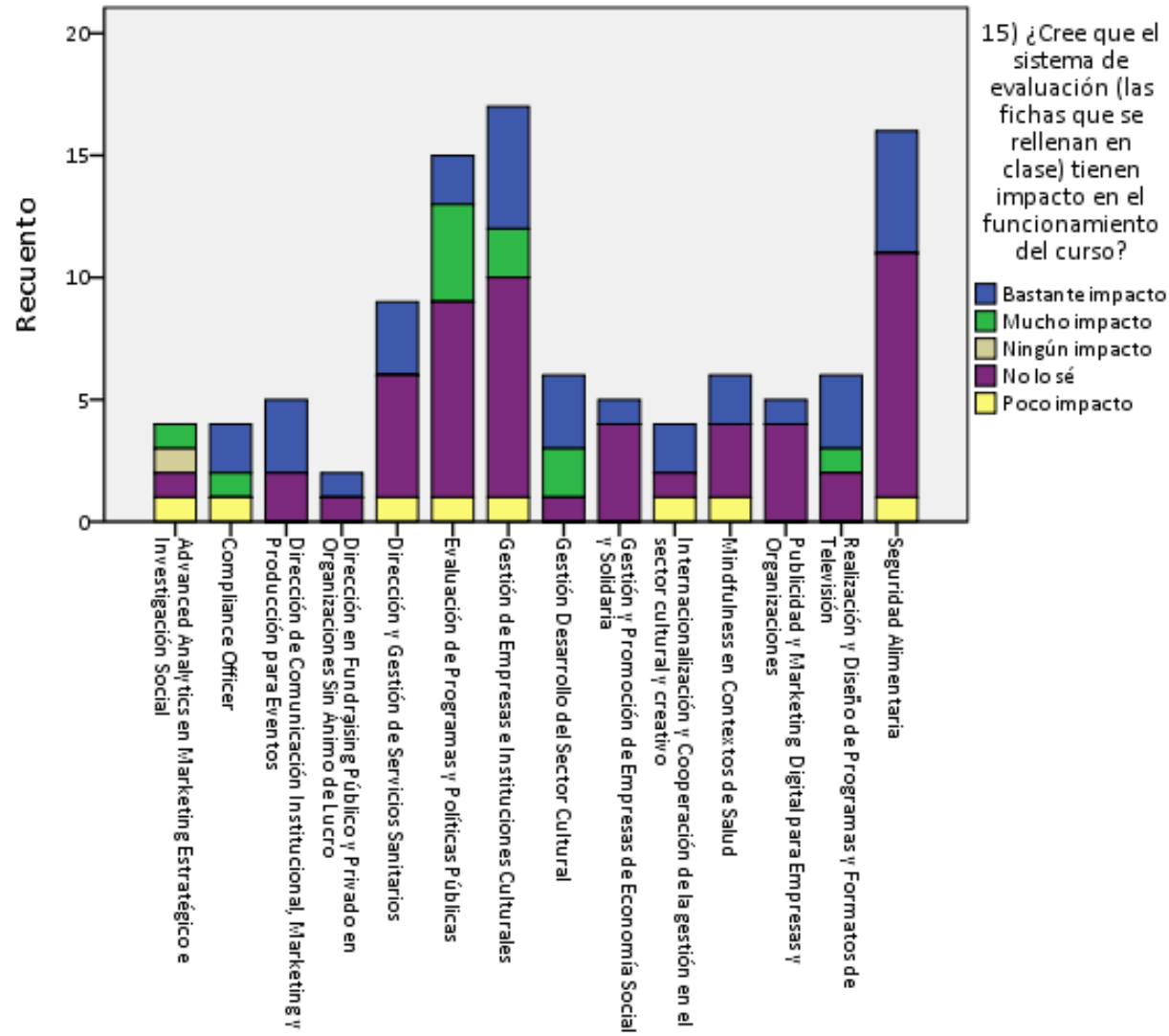


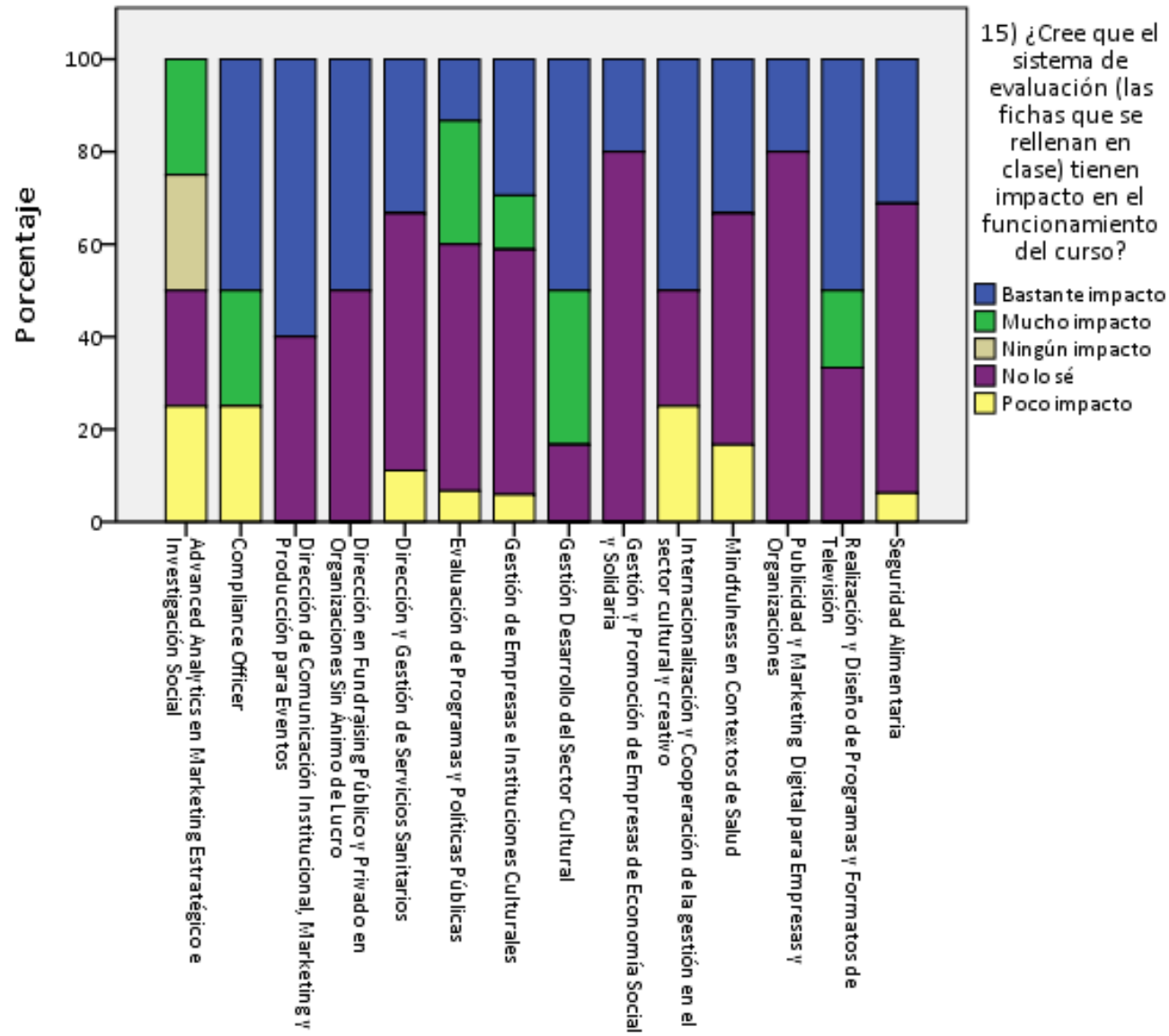


## P04. Evaluación [DOCENTES]

		15) ¿Cree que el sistema de evaluación (las fichas que se rellenan en clase) tienen impacto en el funcionamiento del curso?					Total
		Bastante impacto	Mucho impacto	Ningún impacto	No lo sé	Poco impacto	
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	0	1	1	1	1	4
	%	0,0%	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	100,0%
Compliance Officer	N	2	1	0	0	1	4
	%	50,0%	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	3	0	0	2	0	5
	%	60,0%	0,0%	0,0%	40,0%	0,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	1	0	0	1	0	2
	%	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	3	0	0	5	1	9
	%	33,3%	0,0%	0,0%	55,6%	11,1%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	2	4	0	8	1	15
	%	13,3%	26,7%	0,0%	53,3%	6,7%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	5	2	0	9	1	17
	%	29,4%	11,8%	0,0%	52,9%	5,9%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	3	2	0	1	0	6
	%	50,0%	33,3%	0,0%	16,7%	0,0%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	1	0	0	4	0	5
	%	20,0%	0,0%	0,0%	80,0%	0,0%	100,0%
Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	N	2	0	0	1	1	4
	%	50,0%	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	2	0	0	3	1	6
	%	33,3%	0,0%	0,0%	50,0%	16,7%	100,0%
Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	N	1	0	0	4	0	5
	%	20,0%	0,0%	0,0%	80,0%	0,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	3	1	0	2	0	6
	%	50,0%	16,7%	0,0%	33,3%	0,0%	100,0%

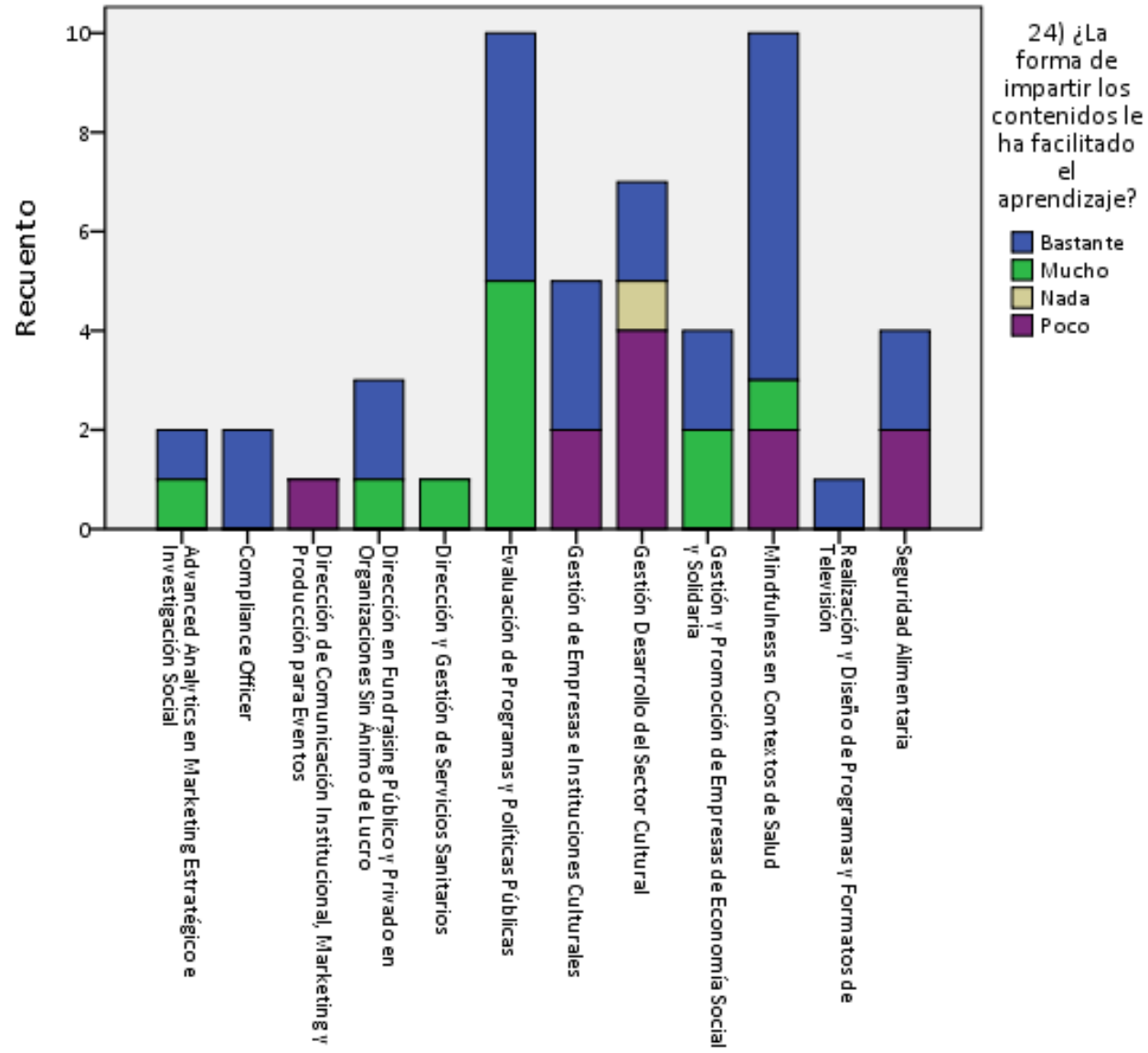
Seguridad Alimentaria	N	5	0	0	10	1	16
	%	31,3%	0,0%	0,0%	62,5%	6,3%	100,0%
Total	N	33	11	1	51	8	104
	%	31,7%	10,6%	1,0%	49,0%	7,7%	100,0%



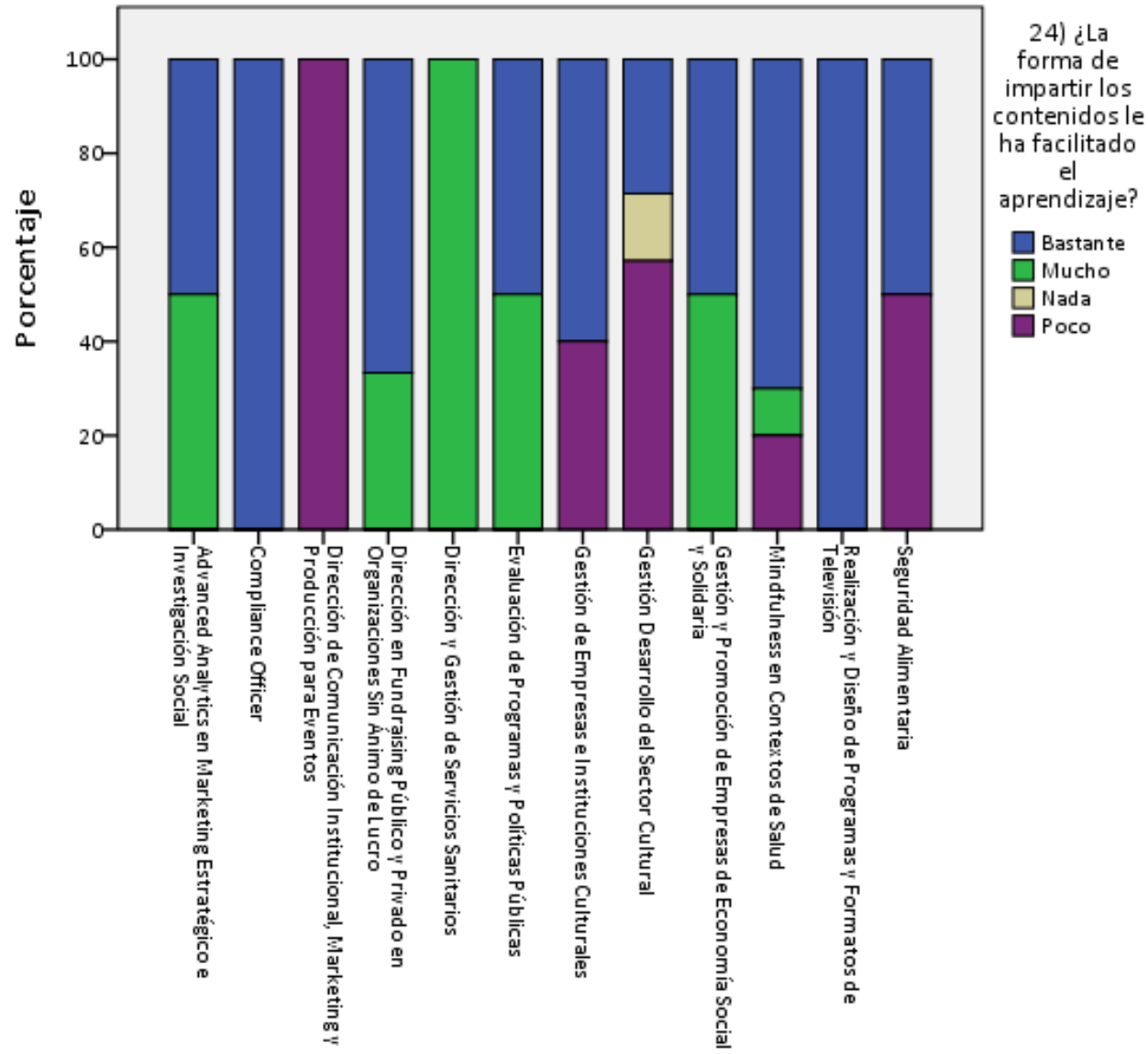


## P05. Docencia-aprendizaje [ESTUDIANTES]

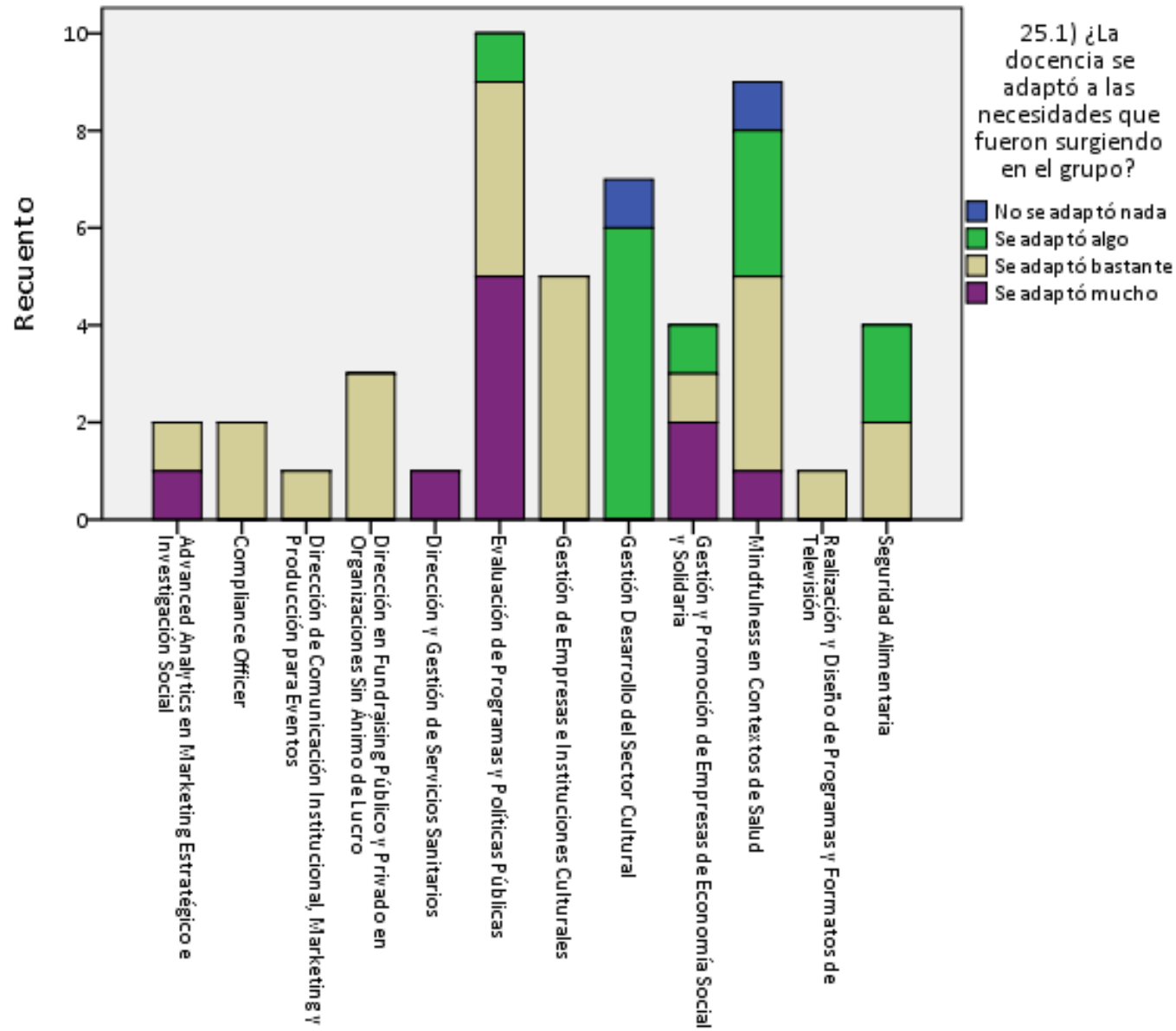
		24) ¿La forma de impartir los contenidos le ha facilitado el aprendizaje?				Total
		Bastante	Mucho	Nada	Poco	
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	1	1	0	0	2
	%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Compliance Officer	N	2	0	0	0	2
	%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	2	1	0	0	3
	%	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	0	1	0	0	1
	%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	5	5	0	0	10
	%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	3	0	0	2	5
	%	60,0%	0,0%	0,0%	40,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	2	0	1	4	7
	%	28,6%	0,0%	14,3%	57,1%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	2	2	0	0	4
	%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	7	1	0	2	10
	%	70,0%	10,0%	0,0%	20,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	1	0	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	2	0	0	2	4
	%	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Total	N	27	11	1	11	50
	%	54,0%	22,0%	2,0%	22,0%	100,0%

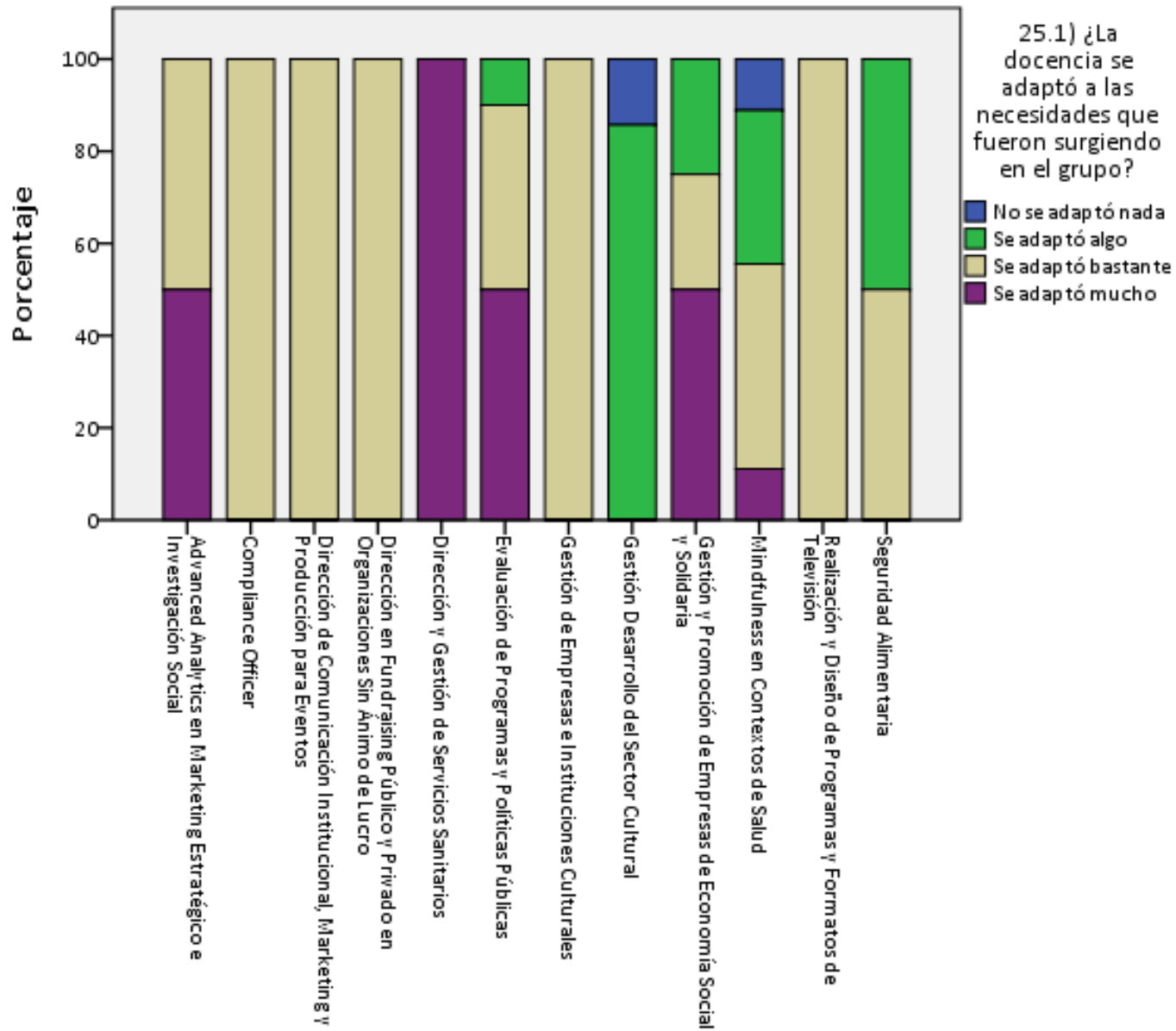






		25.1) ¿La docencia se adaptó a las necesidades que fueron surgiendo en el grupo?				
		No se adaptó nada	Se adaptó algo	Se adaptó bastante	Se adaptó mucho	Total
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	0	0	1	1	2
	%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	0	2	0	2
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	0	0	3	0	3
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	0	1	4	5	10
	%	0,0%	10,0%	40,0%	50,0%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	0	0	5	0	5
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	1	6	0	0	7
	%	14,3%	85,7%	0,0%	0,0%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	0	1	1	2	4
	%	0,0%	25,0%	25,0%	50,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	1	3	4	1	9
	%	11,1%	33,3%	44,4%	11,1%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	0	2	2	0	4
	%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Total	N	2	13	24	10	49
	%	4,1%	26,5%	49,0%	20,4%	100,0%

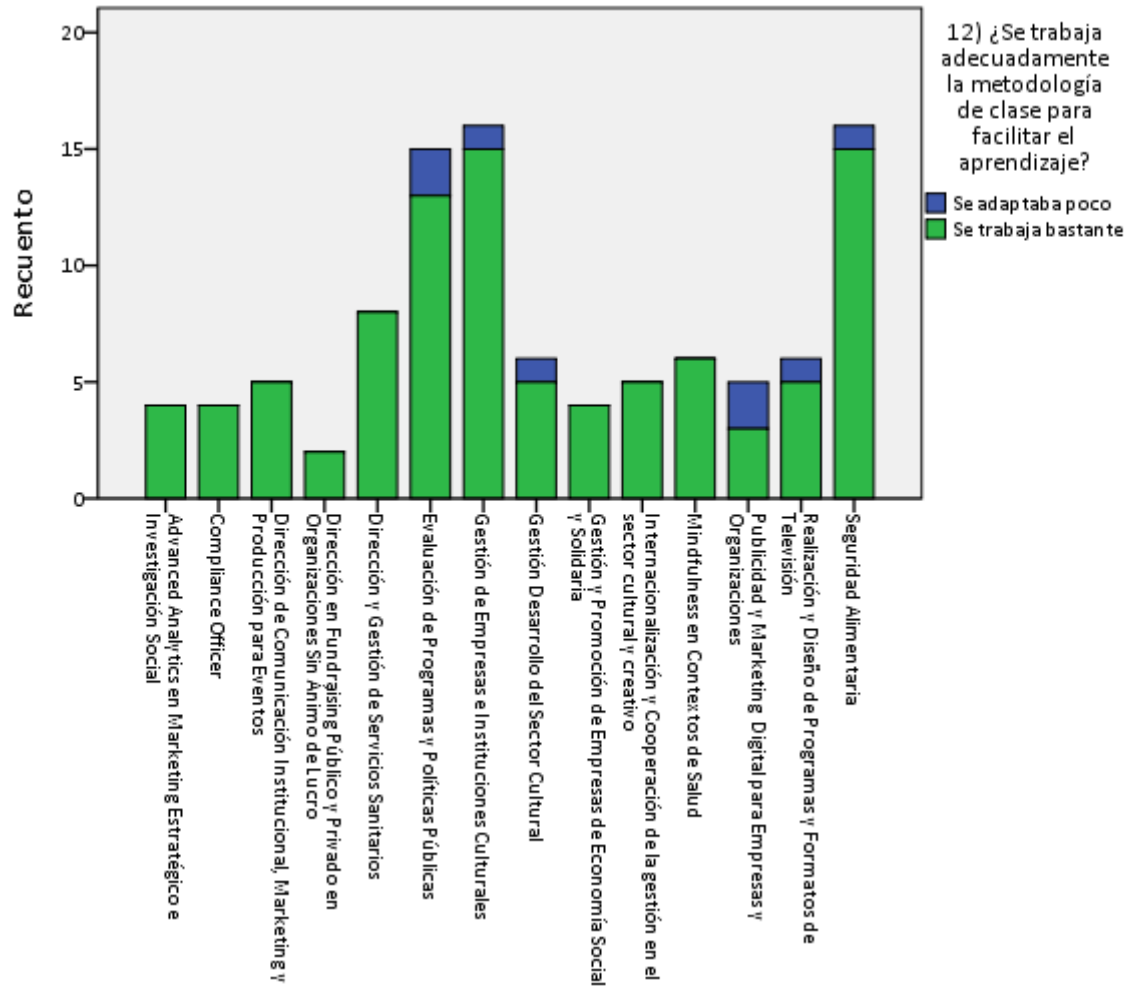


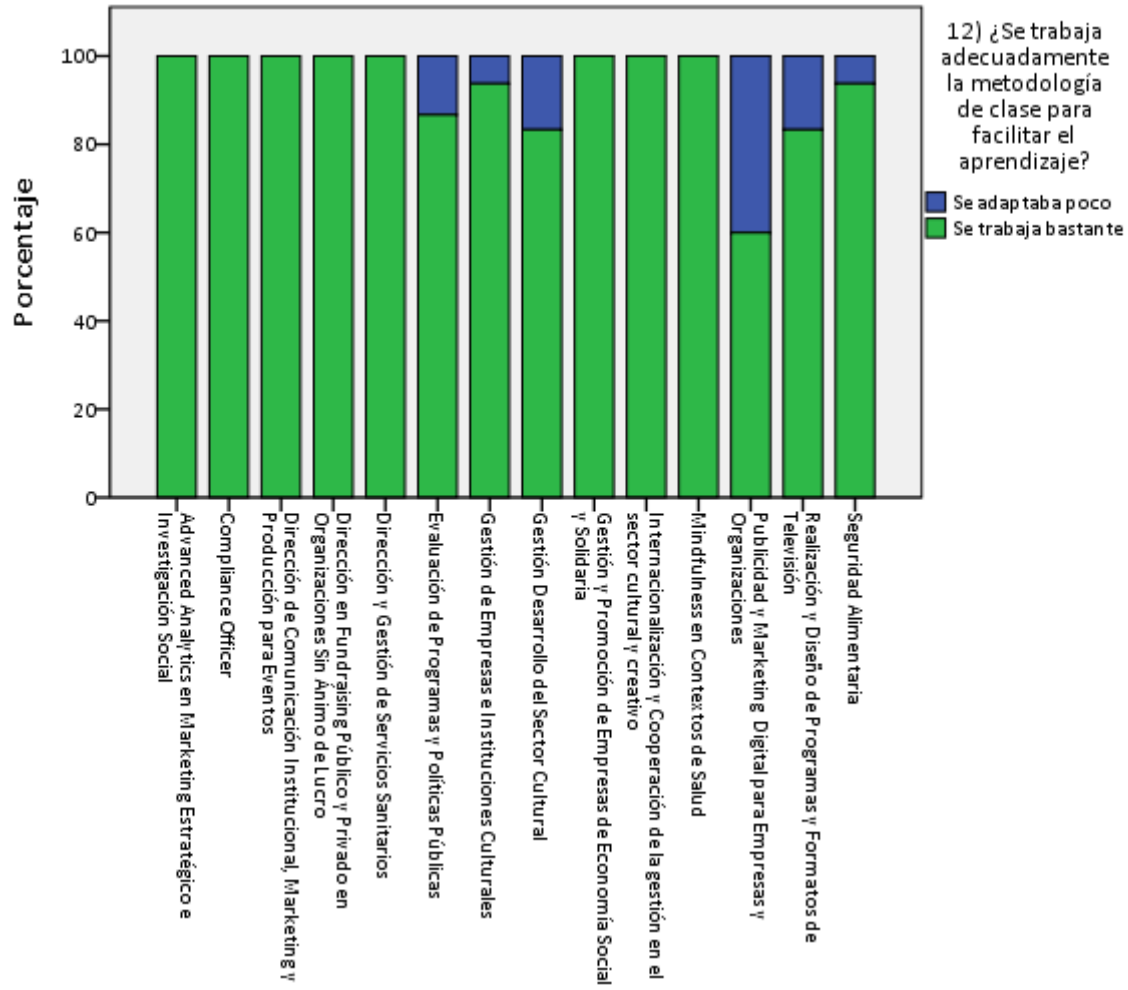


## P05. Docencia-aprendizaje [DOCENTES]

		12) ¿Se trabaja adecuadamente la metodología de clase para facilitar el aprendizaje?		Total
		Se adaptaba poco	Se trabaja bastante	
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	0	4	4
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	4	4
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	0	5	5
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	0	2	2
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	0	8	8
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	2	13	15
	%	13,3%	86,7%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	1	15	16
	%	6,3%	93,8%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	1	5	6
	%	16,7%	83,3%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	0	4	4
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	N	0	5	5
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	0	6	6
	% den	0,0%	100,0%	100,0%
Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	N	2	3	5
	%	40,0%	60,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	1	5	6
	%	16,7%	83,3%	100,0%

Seguridad Alimentaria	N	1	15	16
	%	6,3%	93,8%	100,0%
Total	N	8	94	102
	%	7,8%	92,2%	100,0%

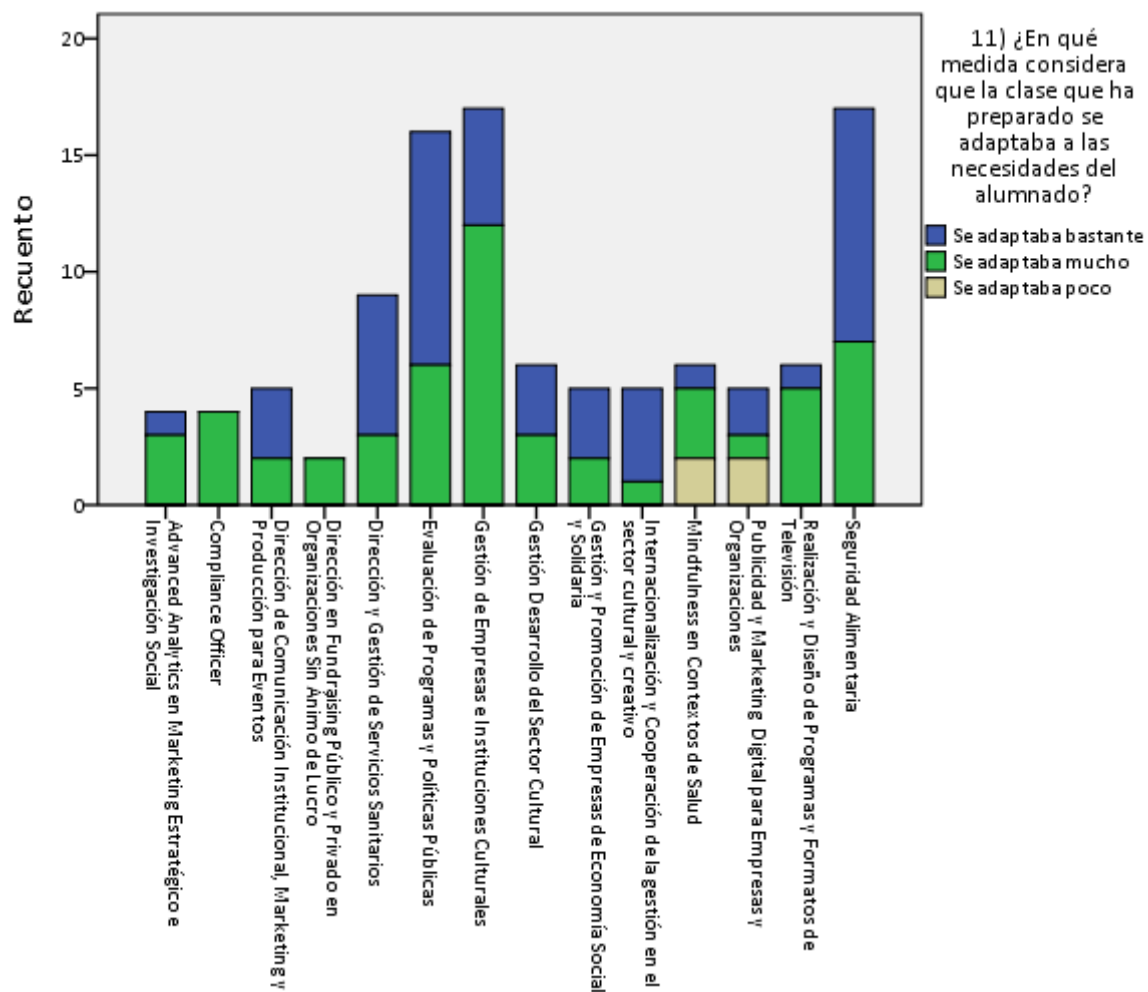


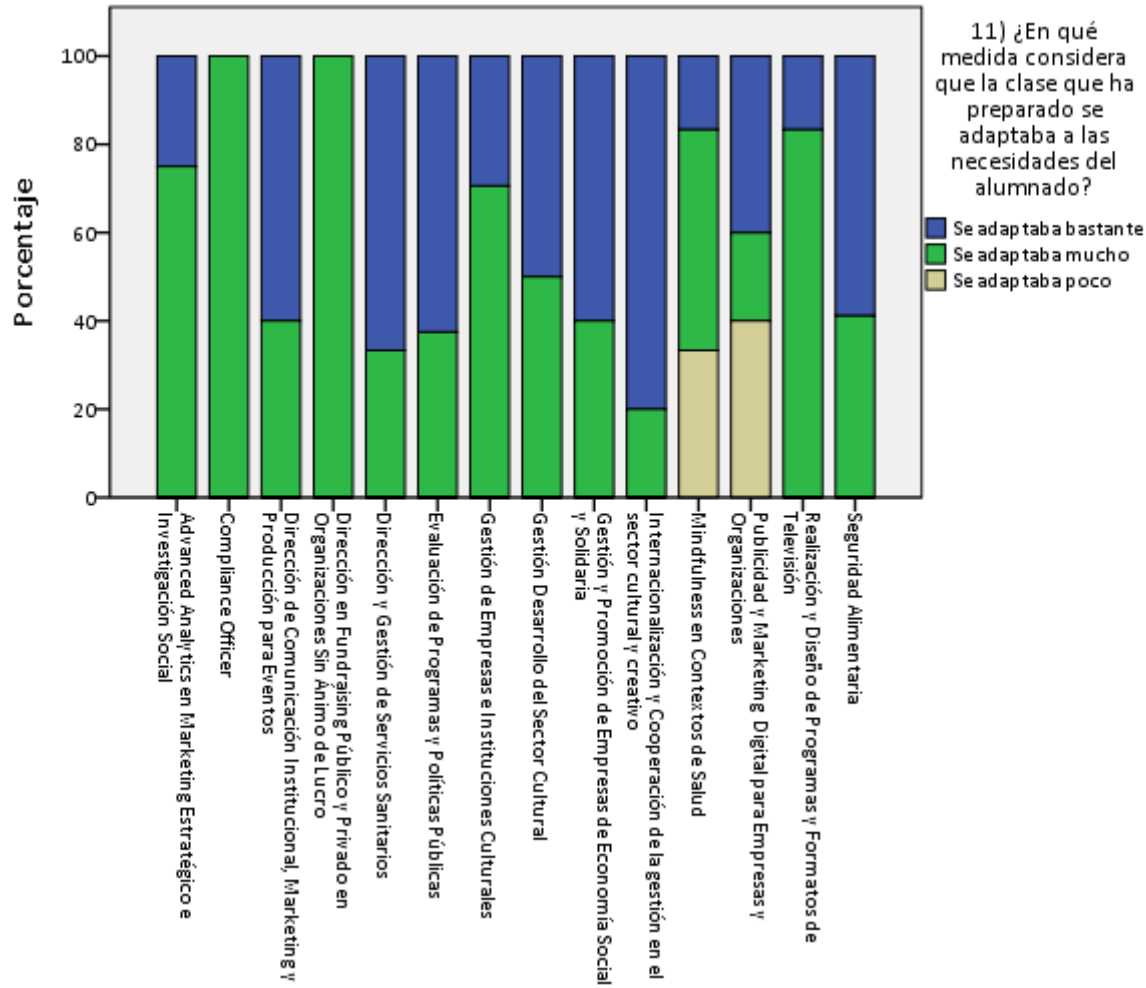


		11) ¿En qué medida considera que la clase que ha preparado se adaptaba a las necesidades del alumnado?			
		Se adaptaba bastante	Se adaptaba mucho	Se adaptaba poco	Total
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	1	3	0	4
	%	25,0%	75,0%	0,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	4	0	4
	%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	3	2	0	5
	%	60,0%	40,0%	0,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	0	2	0	2
	% d	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	6	3	0	9
	%	66,7%	33,3%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	10	6	0	16
	%	62,5%	37,5%	0,0%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	5	12	0	17
	%	29,4%	70,6%	0,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	3	3	0	6
	%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	3	2	0	5
	%	60,0%	40,0%	0,0%	100,0%
Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	N	4	1	0	5
	%	80,0%	20,0%	0,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	1	3	2	6
	%	16,7%	50,0%	33,3%	100,0%
Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	N	2	1	2	5
	%	40,0%	20,0%	40,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	1	5	0	6
	%	16,7%	83,3%	0,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	10	7	0	17



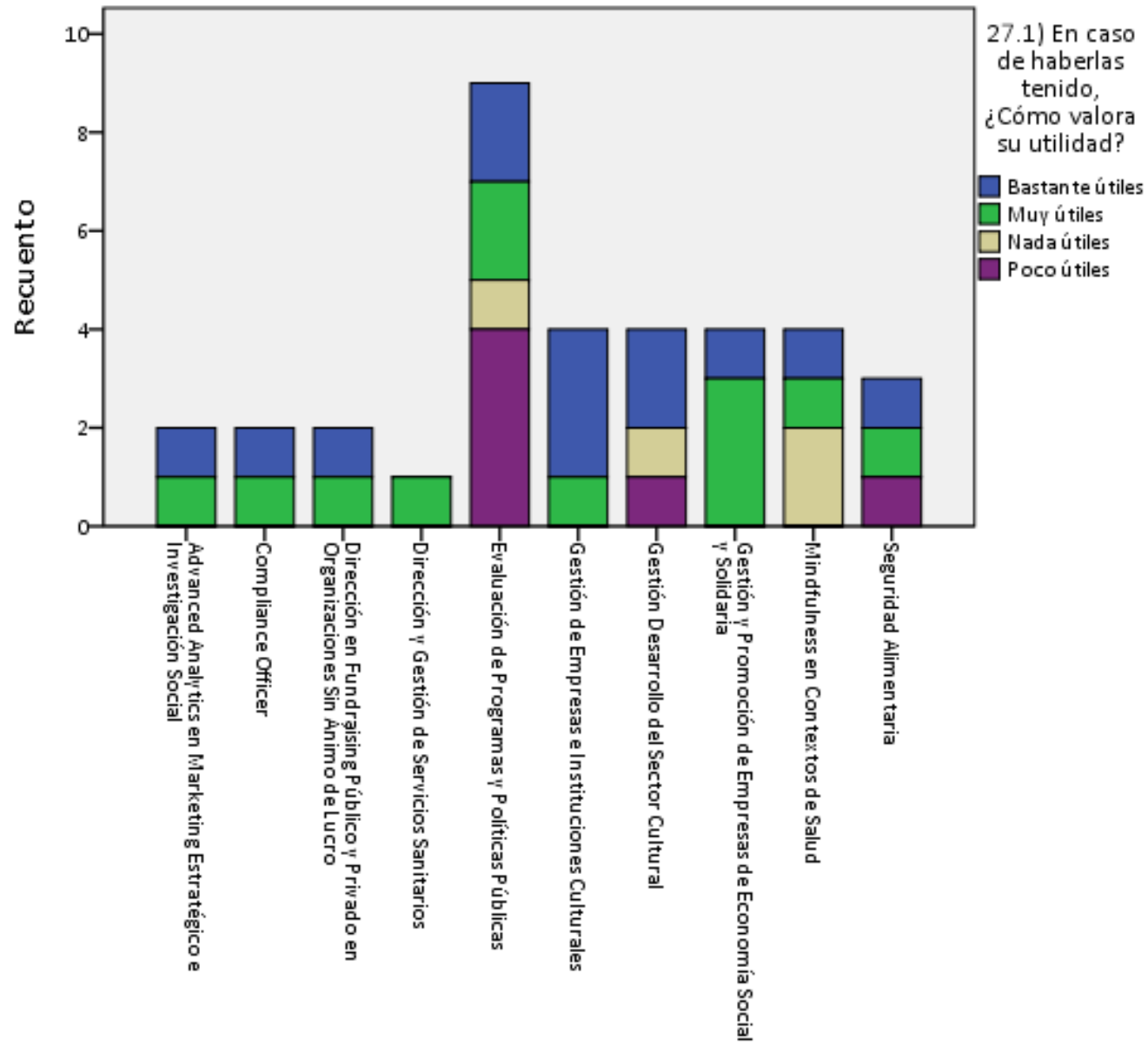
	%	58,8%	41,2%	0,0%	100,0%
Total	N	49	54	4	107
	%	45,8%	50,5%	3,7%	100,0%

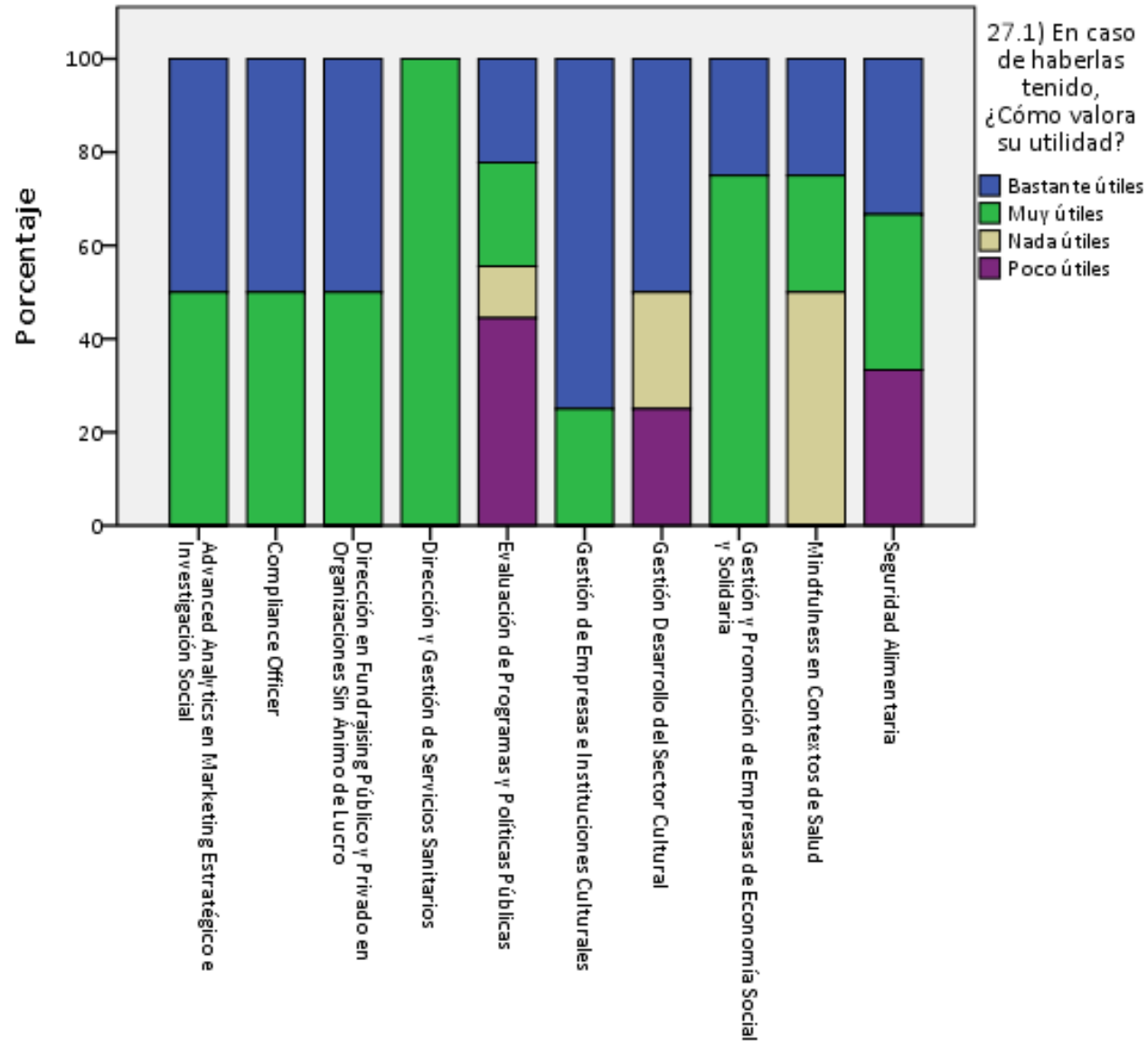




## P06. Tutorías [ESTUDIANTES]

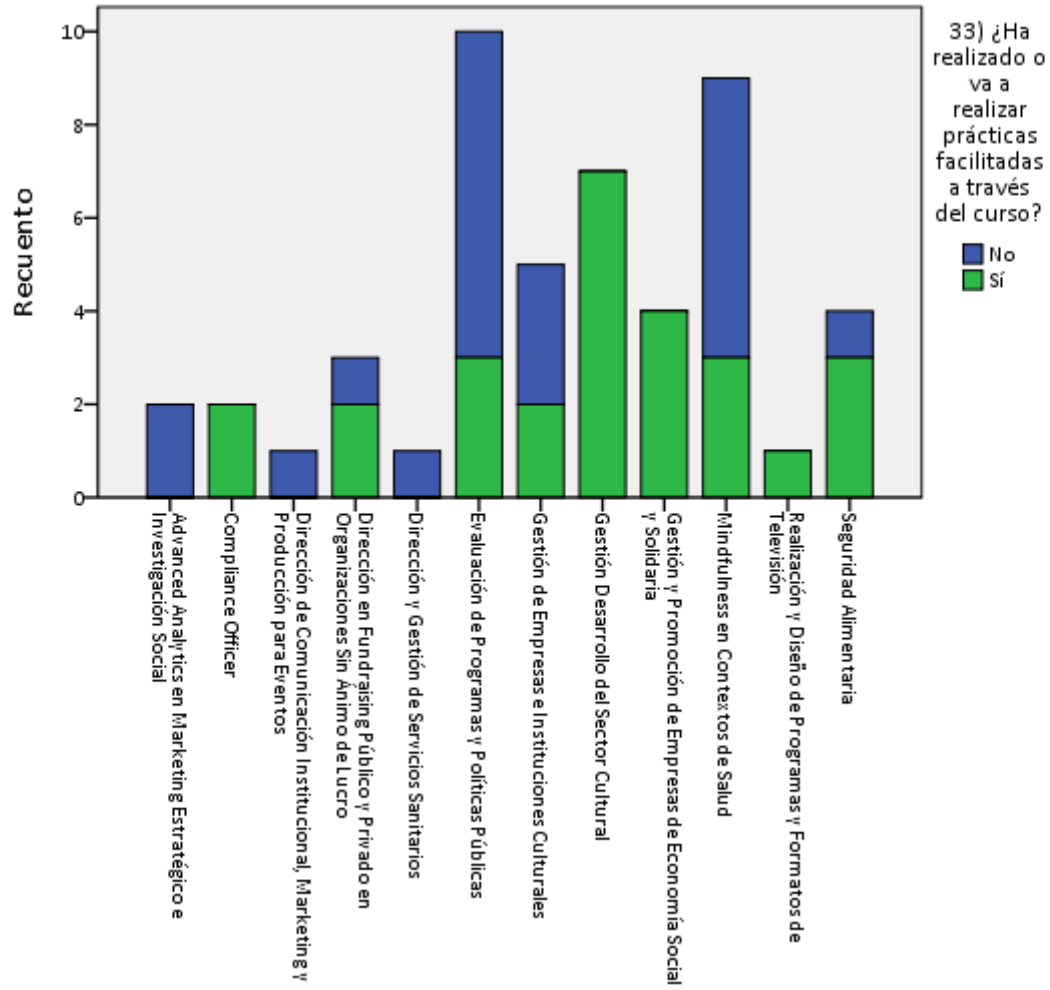
		27.1) En caso de haberlas tenido, ¿Cómo valora su utilidad?				Total
Tutorías		Bastante útiles	Muy útiles	Nada útiles	Poco útiles	
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	1	1	0	0	2
	%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Compliance Officer	N	1	1	0	0	2
	%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	1	1	0	0	2
	%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	0	1	0	0	1
	%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	2	2	1	4	9
	%	22,2%	22,2%	11,1%	44,4%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	3	1	0	0	4
	%	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	2	0	1	1	4
	%	50,0%	0,0%	25,0%	25,0%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	1	3	0	0	4
	%	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	1	1	2	0	4
	%	25,0%	25,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	1	1	0	1	3
	%	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%	100,0%
Total	N	13	12	4	6	35
	%	37,1%	34,3%	11,4%	17,1%	100,0%

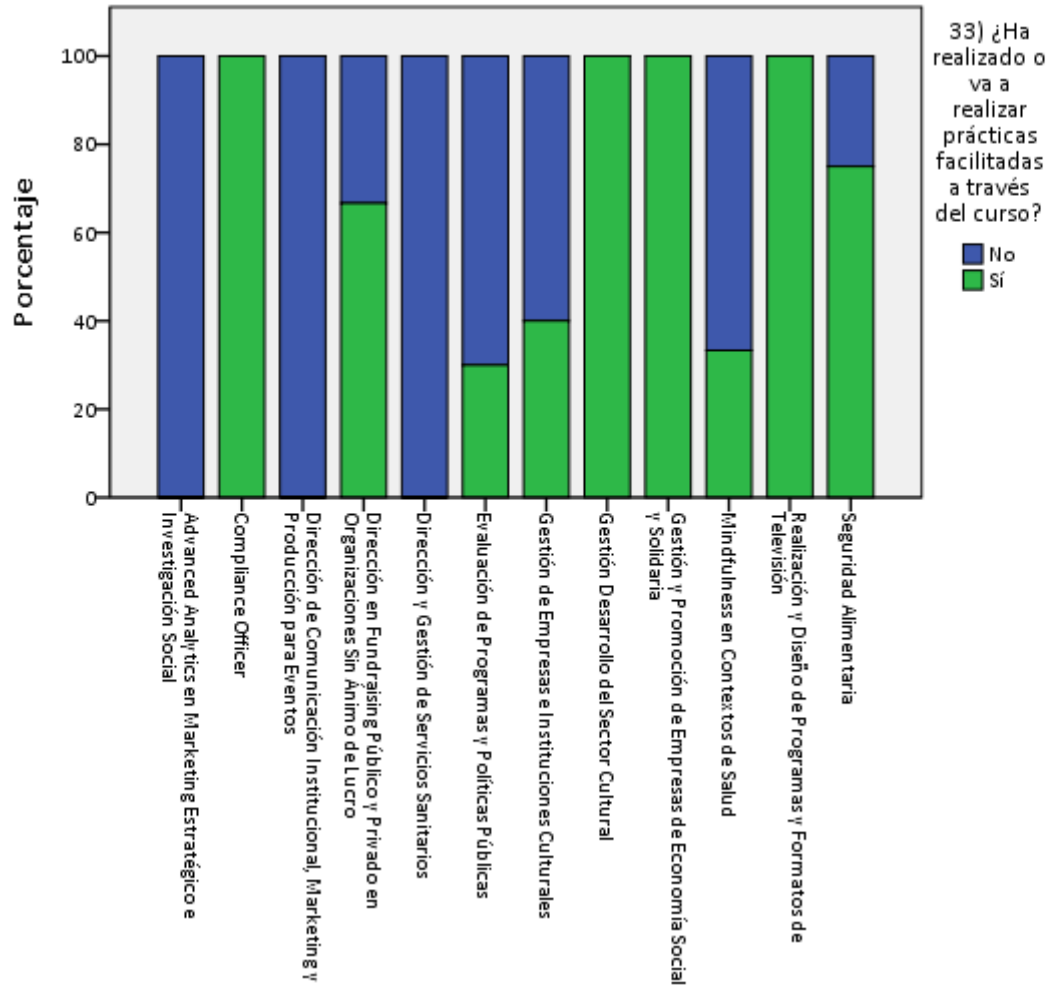




## P07. Trabajo práctico y prácticas [ESTUDIANTES]

		33) ¿Ha realizado o va a realizar prácticas facilitadas a través del curso?		Total
		No	Sí	
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	2	0	2
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	2	2
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	1	0	1
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	1	2	3
	%	33,3%	66,7%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	1	0	1
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	7	3	10
	%	70,0%	30,0%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	3	2	5
	%	60,0%	40,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	0	7	7
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	0	4	4
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	6	3	9
	%	66,7%	33,3%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	0	1	1
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	1	3	4
	%	25,0%	75,0%	100,0%
Total	N	22	27	49
	%	44,9%	55,1%	100,0%

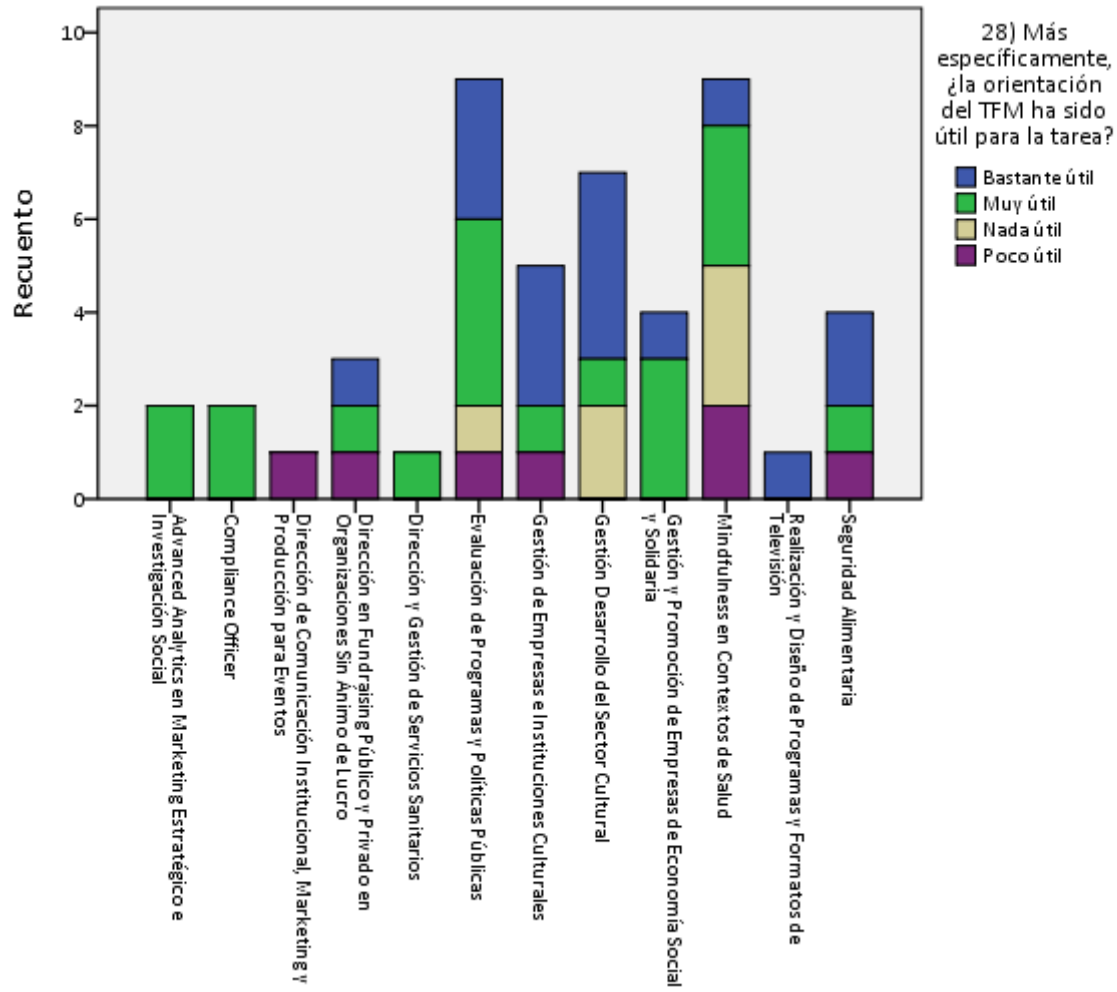


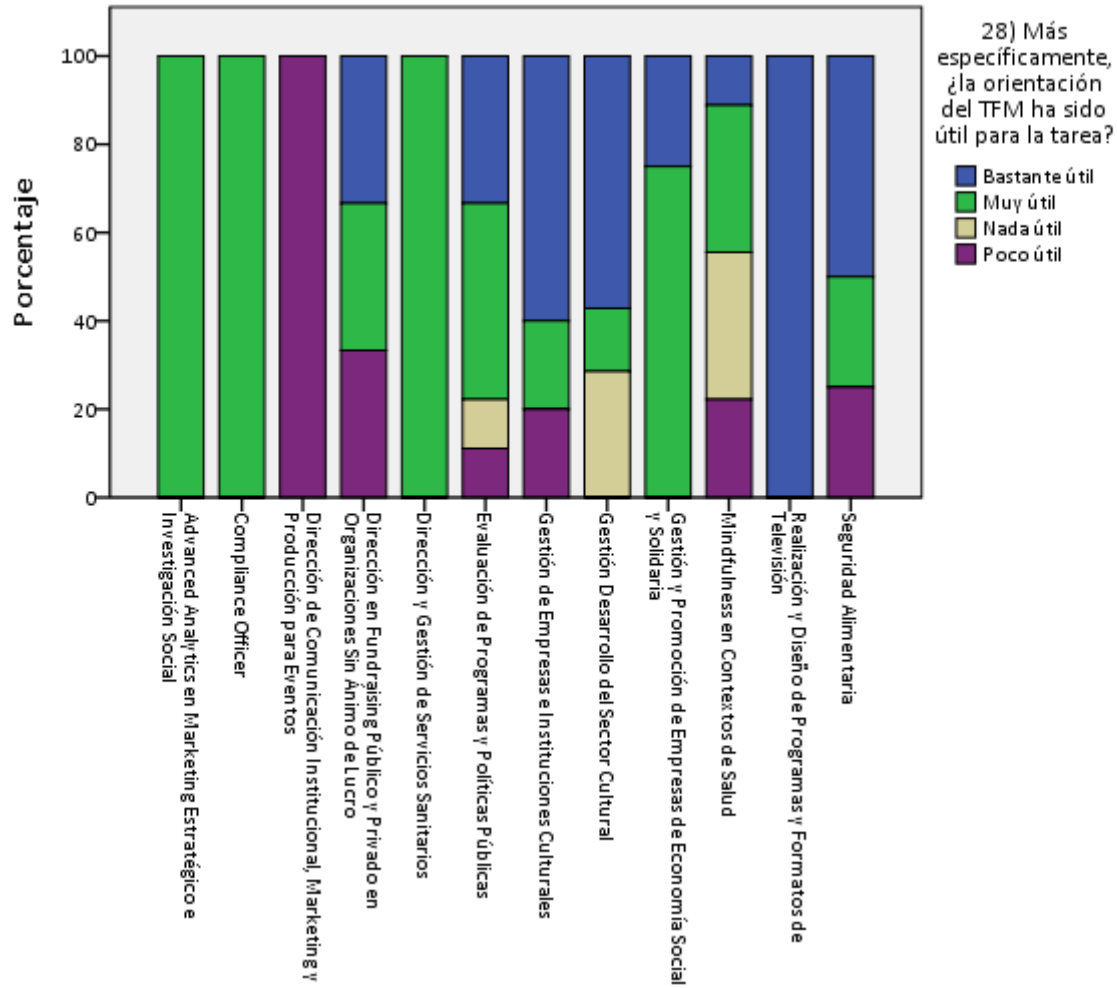




## P08. TFM [ESTUDIANTES]

		28) Más específicamente, ¿la orientación del TFM ha sido útil para la tarea?				Total
		Bastante útil	Muy útil	Nada útil	Poco útil	
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	0	2	0	0	2
	%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	2	0	0	2
	%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	1	1	0	1	3
	%	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	0	1	0	0	1
	%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	3	4	1	1	9
	%	33,3%	44,4%	11,1%	11,1%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	3	1	0	1	5
	%	60,0%	20,0%	0,0%	20,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	4	1	2	0	7
	%	57,1%	14,3%	28,6%	0,0%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	1	3	0	0	4
	%	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	1	3	3	2	9
	%	11,1%	33,3%	33,3%	22,2%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	1	0	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	2	1	0	1	4
	%	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%	100,0%
Total	N	16	19	6	7	48
	%	33,3%	39,6%	12,5%	14,6%	100,0%

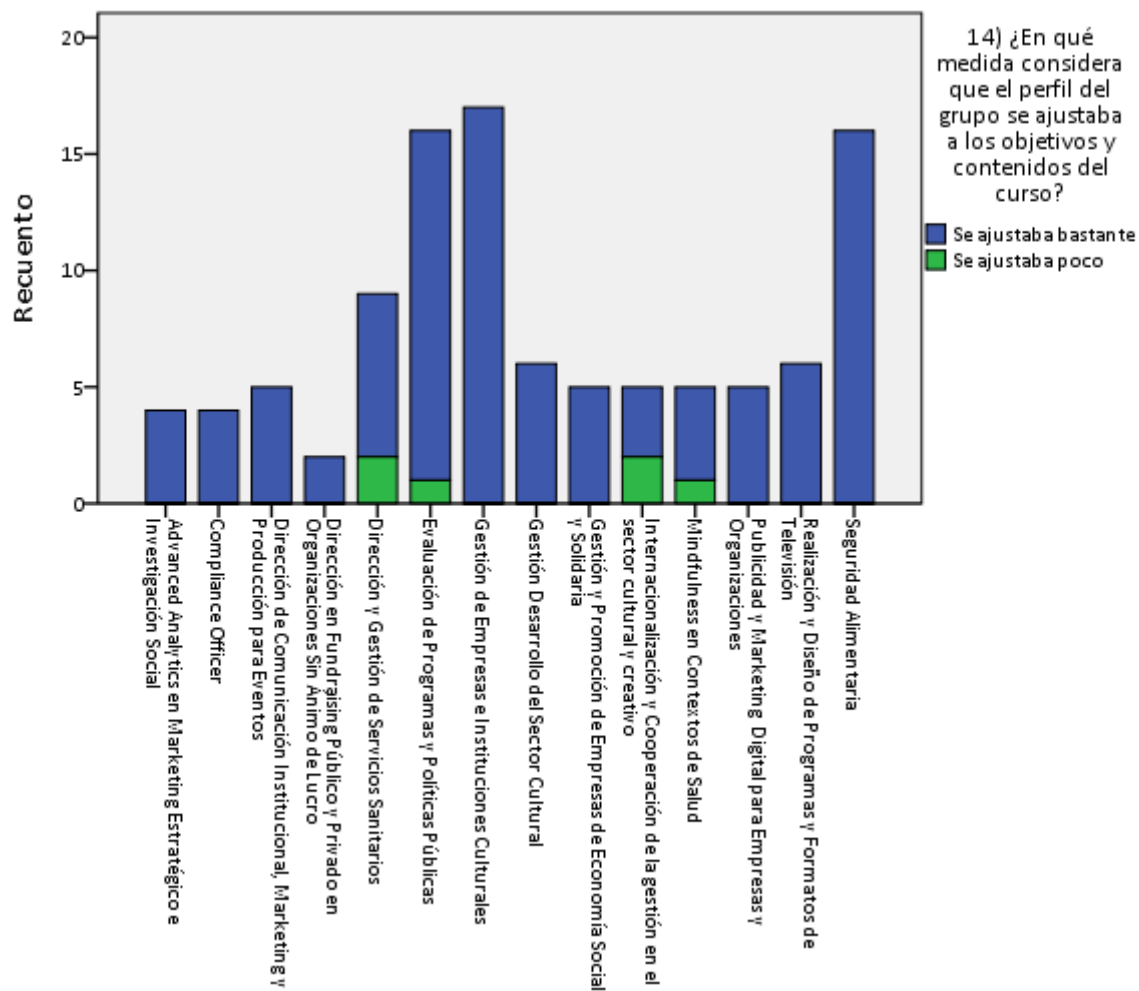


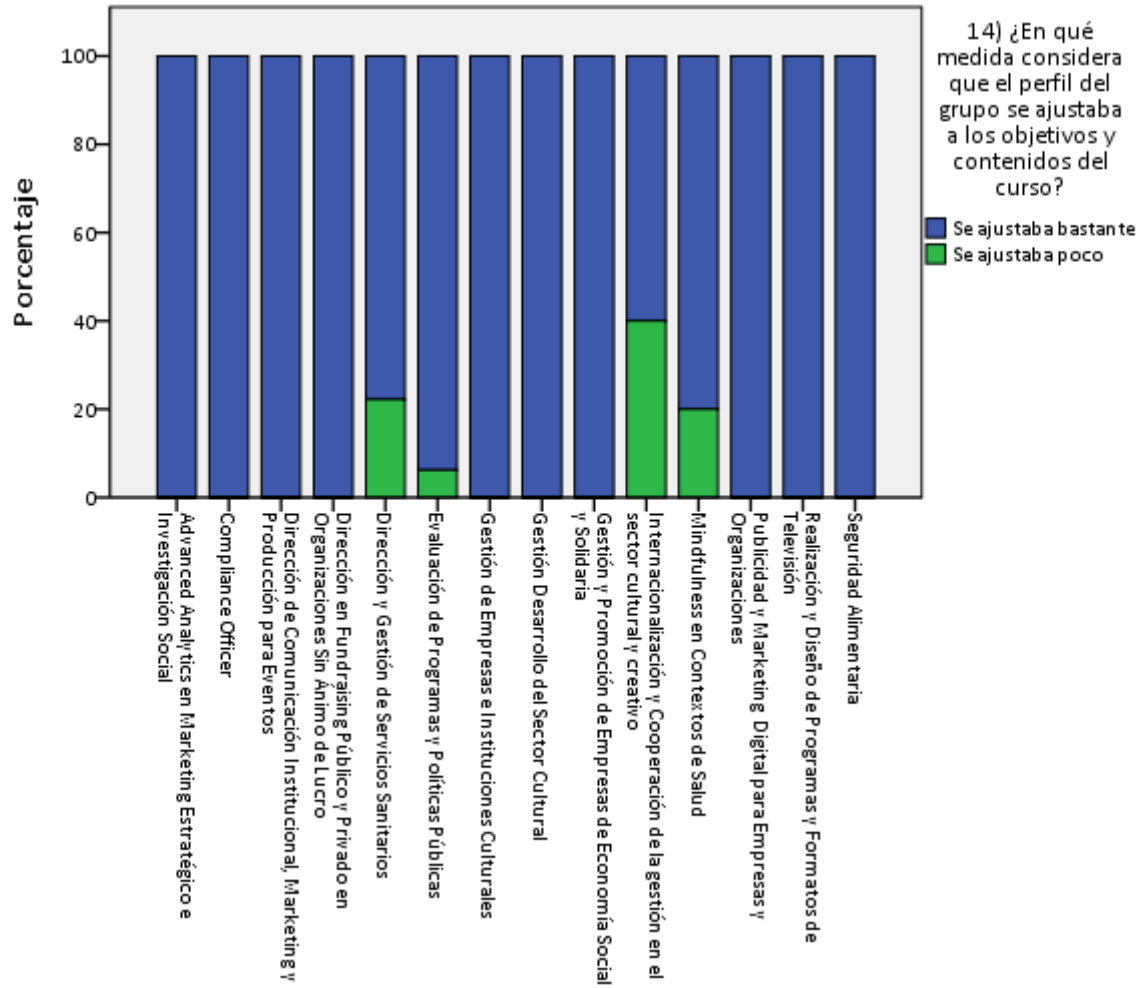


## P12. Selección e inscripción de los candidatos/as [DOCENTES]

		14) ¿En qué medida considera que el perfil del grupo se ajustaba a los objetivos y contenidos del curso?		Total
		Se ajustaba bastante	Se ajustaba poco	
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	4	0	4
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Compliance Officer	N	4	0	4
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	5	0	5
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	2	0	2
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	7	2	9
	%	77,8%	22,2%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	15	1	16
	%	93,8%	6,3%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	17	0	17
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	6	0	6
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	5	0	5
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	N	3	2	5
	%	60,0%	40,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	4	1	5
	%	80,0%	20,0%	100,0%
Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	N	5	0	5
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	6	0	6
	%	100,0%	0,0%	100,0%

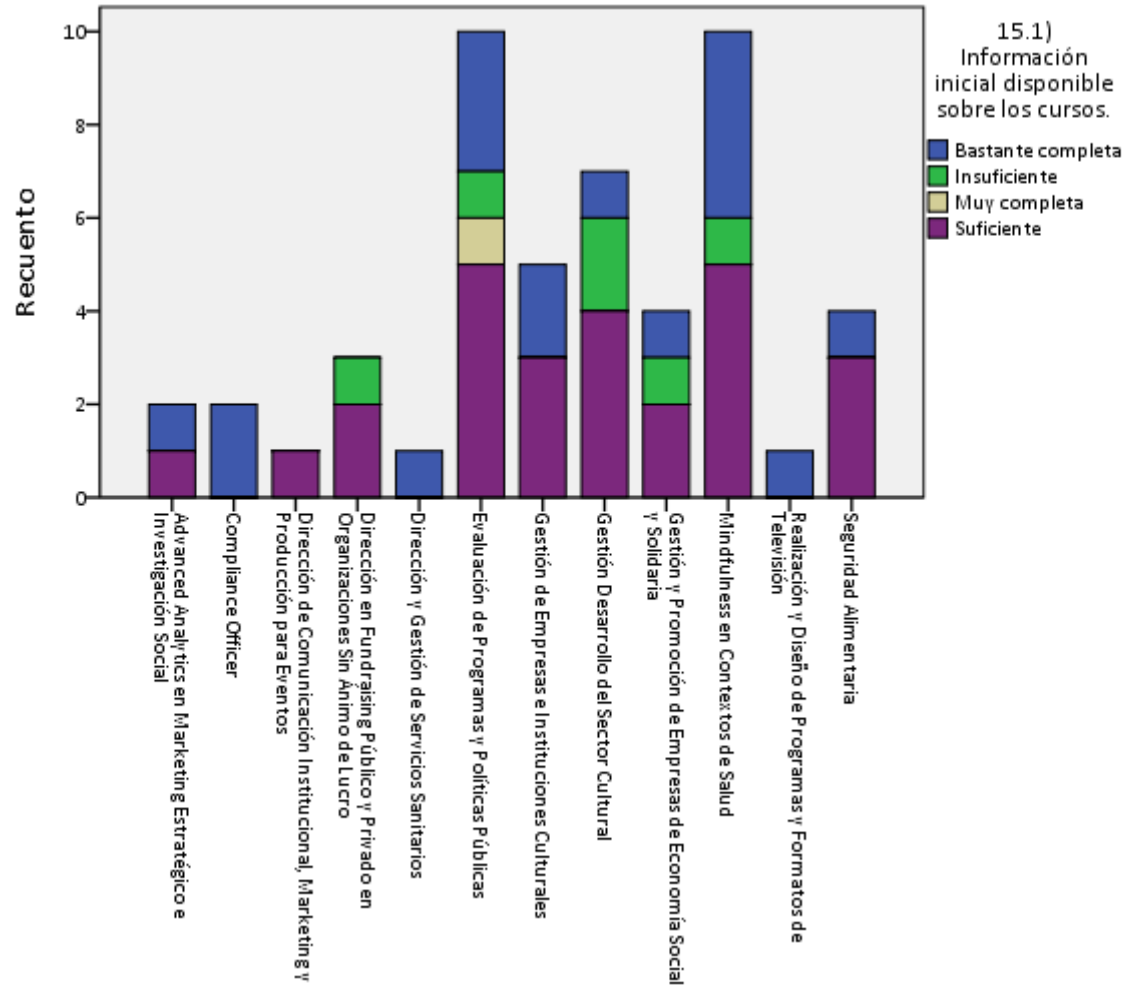
Seguridad Alimentaria	N	16	0	16
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Total	N	99	6	105
	%	94,3%	5,7%	100,0%



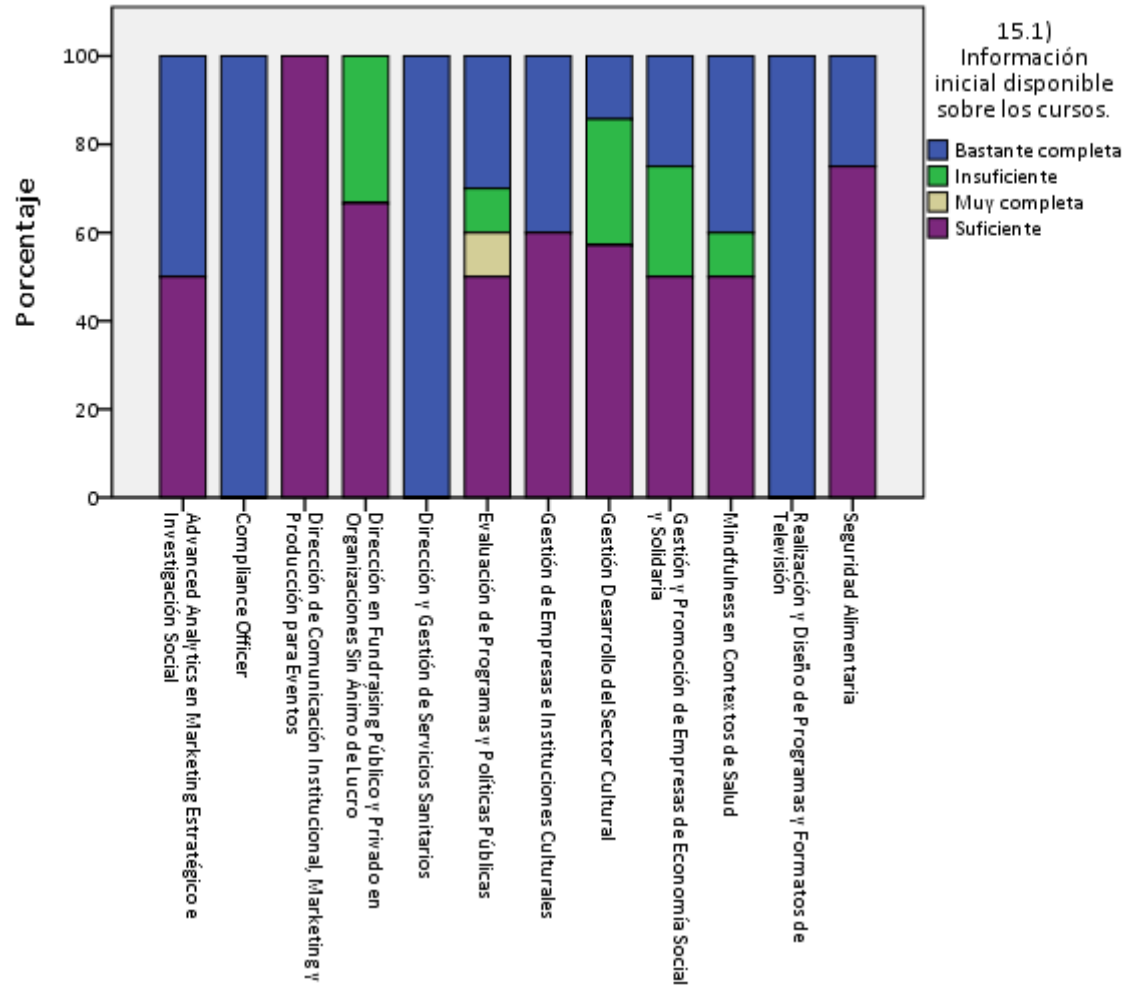


## P13. Información y atención al alumnado [ESTUDIANTES]

		15.1) Información inicial disponible sobre los cursos.				
		Bastante completa	Insuficiente	Muy completa	Suficiente	Total
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	1	0	0	1	2
	%	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Compliance Officer	N	2	0	0	0	2
	%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	0	1	0	2	3
	%	0,0%	33,3%	0,0%	66,7%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	1	0	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	3	1	1	5	10
	%	30,0%	10,0%	10,0%	50,0%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	2	0	0	3	5
	%	40,0%	0,0%	0,0%	60,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	1	2	0	4	7
	%	14,3%	28,6%	0,0%	57,1%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	1	1	0	2	4
	%	25,0%	25,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	4	1	0	5	10
	%	40,0%	10,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	1	0	0	0	1
	%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	1	0	0	3	4
	%	25,0%	0,0%	0,0%	75,0%	100,0%
Total	N	17	6	1	26	50
	%	34,0%	12,0%	2,0%	52,0%	100,0%







## P14. Coordinación [DOCENTES]

		N	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo
7.2) Información previa recibida para preparar la clase:	Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	3	8,67	1,528	7	10
	Compliance Officer	4	8,00	1,826	6	10
	Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	4	9,00	1,155	8	10
	Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	2,50	3,536	0	5
	Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	9	7,00	1,000	6	9
	Evaluación de Programas y Políticas Públicas	15	8,53	1,922	4	10
	Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	17	8,24	1,480	5	10
	Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	8,67	1,862	5	10
	Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	8,00	1,414	6	10
	Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	7,00	2,345	4	9
	Mindfulness en Contextos de Salud	6	7,33	1,862	5	10
	Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	7,40	2,191	4	10
	Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	7,83	3,920	0	10
	Seguridad Alimentaria	16	8,00	1,673	5	10
	Total	103	7,89	2,029	0	10

7.4) Apoyo y soporte para el desarrollo de la clase:	Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	3	8,67	1,528	7	10
	Compliance Officer	4	7,75	1,708	6	10
	Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	5	8,20	1,789	6	10
	Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	2	2,50	3,536	0	5
	Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	9	7,56	1,509	6	10
	Evaluación de Programas y Políticas Públicas	15	9,00	1,069	7	10
	Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	17	9,41	,712	8	10
	Gestión Desarrollo del Sector Cultural	6	9,00	1,095	7	10
	Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	5	8,40	,894	8	10
	Internacionalización y Cooperación de la gestión en el sector cultural y creativo	5	7,60	2,510	4	10
	Mindfulness en Contextos de Salud	6	9,33	1,033	8	10
	Publicidad y Marketing Digital para Empresas y Organizaciones	5	7,40	1,673	6	10
	Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	6	7,67	3,386	1	10
	Seguridad Alimentaria	17	7,88	1,616	5	10
	Total	105	8,31	1,847	0	10

## P16. Difusión [ESTUDIANTES]

		5.2) Si conoció primero el curso, ¿cómo conoció el curso que ha realizado? (señale el canal por el que obtuvo la primera información sobre el curso). A través de:								
		Información								
		Compañeros/as o amistades	Email directo	Impresión (cartelería, trípticos)	Otros (especificar)	Profesorado	Redes sociales	Web de la UCM	Web del curso	Total
Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social	N	0	0	0	1	0	0	1	0	2
	%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Compliance Officer	N	0	0	0	1	0	0	0	1	2
	%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción para Eventos	N	0	0	0	0	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dirección en Fundraising Público y Privado en Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	N	0	0	0	1	0	1	0	1	3
	%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	33,3%	0,0%	33,3%	100,0%
Dirección y Gestión de Servicios Sanitarios	N	0	0	0	0	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Evaluación de Programas y Políticas Públicas	N	0	0	0	1	4	1	1	2	9
	%	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%	44,4%	11,1%	11,1%	22,2%	100,0%
Gestión de Empresas e Instituciones Culturales	N	1	0	0	1	0	0	0	2	4
	%	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Gestión Desarrollo del Sector Cultural	N	0	1	0	3	0	0	2	0	6
	%	0,0%	16,7%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	100,0%
Gestión y Promoción de Empresas de Economía Social y Solidaria	N	1	0	0	1	0	2	0	0	4
	%	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Mindfulness en Contextos de Salud	N	5	0	0	0	0	1	0	4	10
	%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%	40,0%	100,0%
Realización y Diseño de Programas y Formatos de Televisión	N	0	0	0	0	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Seguridad Alimentaria	N	1	0	1	0	2	0	0	0	4
	%	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total	N	8	1	1	9	6	5	6	11	47
	%	17,0%	2,1%	2,1%	19,1%	12,8%	10,6%	12,8%	23,4%	100,0%

